DIGITAL EDITION

NOVEMBRE 2023 · ANNO XXXVII · N. 313

Italia a Tavola





Bollicine
Meno zucchero nel bicchiere, crescono extra brut e pas dosé



Non più solo naturale o frizzante Nei ristoranti d'elite spopola la carta dell'acqua

ALPEREGIS
Chardonnay di montagna

FOOD SERVICE · RISTORANTI · HOTEL · PIZZERIE · PASTICCERIE · BAR · TURISMO

EDIZIONI CONTATTO







I DATTERINI GIALLI.
SCELTI PER DIVENTARE
CIRIO ALTA CUCINA.

I Maestri della ristorazione sanno che **Cirio Alta Cucina** offre solo il pomodoro italiano per eccellenza. Scegliendo **I Datterini Gialli**, in succo e al naturale, porti nella tua dispensa un ingrediente di assoluta qualità, dolce e polposo per natura, maturato al caldo sole del Sud Italia.



cirioaltacucina.it

NATURA AD ALTA PRESTAZIONE

LA FARINA MADE IN ITALY PER I PROFESSIONISTI.

La qualità non è mai un caso e **la ricerca dell'eccellenza** è un impegno costante.
Le nostre farine sono **prodotte al 100% con energia proveniente da fonti rinnovabili** e ogni giorno il nostro obiettivo è quello di garantire a tutti i professionisti che si affidano a Le 5 Stagioni **elevata qualità e alte prestazioni.**



SCOPRI TUTTA LA GAMMA
DI FARINE **LE 5 STAGIONI**

pizzastories.le5stagioni.it



DAL 1845 L'ACQUA MINERALE DELLE PICCOLE DOLOMITI.





FONTE MARGHERITA® DAL 1845

NASCE TRA PAESAGGI ALPINI DI RARA BELLEZZA. PREFERITA DAI RISTORATORI PER IL SUO SAPORE NEUTRO CHE ESALTA IL GUSTO DEI CIBI E DEI PIATTI. ORIGINALE IL DESIGN, UNA RIVISITAZIONE CONTEMPORANEA DELLA BOTTIGLIA IN VETRO DEGLI ANNI SESSANTA.

FONTEMARGHERITA.COM



il direttore

Alberto Lupini



Italia a Tavola ha superato i 100mila articoli online

L'obiettivo era ambizioso: a questo mensile storico, leader da anni nella diffusione, come Italia a Tavola volevamo realizzare anche il primo quotidiano online in Italia di enogastronomia e turismo. Partivamo dall'esperienza del nostro portale precedente (lombardiaatavola.it), ma la sfida era decisamente più impegnativa. E ci siamo riusciti, ma non avevamo previsto che il lavoro fatto della nostra redazione avrebbe dato vita anche ad una delle più importanti banche dati del settore. E superata la soglia dei 100mila articoli pubblicati online (lo scorso 6 ottobre), siamo quasi stupiti del traguardo raggiunto.

L'informazione che abbiamo garantito giorno per giorno con 100mila notizie online riguarda fatti concreti e aggiornamenti utili. Grazie a tanti professionisti competenti, in questi anni il quotidiano online **www.italiaatavola.net** *si è occupato dell'evoluzione del mondo dell'accoglienza e del turismo: dai ristoranti agli hotel, dalle pizzerie agli agriturismi. Ha aggiornato in rete i lettori sulle novità legislative, invece che su nuovi forni, su nuovi vini o sui cambi di gestione di tanti locali. Il nostro portale ha lanciato campagne di successo a difesa del nostro mondo ed è stato anche l'interlocutore quasi unico di aziende e professionisti nei momenti più bui della pandemia. Il tutto ampliando l'informazione sui social, dove siamo stati pionieri per l'Horeca e il turismo.*

Il nostro quotidiano online è sempre stato in prima linea nel tutelare i pubblici esercizi e il mondo del turismo. E al tempo stesso è stato partner di produttori qualificati che grazie alla testata hanno raggiunto in modo diretto gestori e food & beverage manager, invece che direttori d'hotel. Lo abbiamo fatto ingaggiando anche molte battaglie a difesa del nostro mondo.

Da quelle sulle sagre autentiche a quelle per smascherare gli imbrogli delle recensioni tarocche di TripAdvisor, da quelle per la tutela della cucina tradizionale contro le troppe mode passeggere lanciate dai congressi "sponsorizzati", alla promozione di Doc e Igp alla conoscenza della Dieta mediterranea. E lo abbiamo sempre fatto utilizzando un'informazione giornalistica corretta e senza mai negare il diritto di parola a nessuno.

Tutto ciò è oggi consultabile nel nostro archivio su **www.italiaatavola.net** *e, cosa da non dimenticare, si aggiunge all'imponente mole di articoli pubblicati invece su questa rivista che ha superato i 350 numeri (tenuto conto dei primi numeri come Bergamo a Tavola), realizzando da sempre una parità fra tutte le professioni dell'accoglienza ed avviando una sinergia reale coi loro fornitori.*

In rete è disponibile gratuitamente la più importante banca dati di notizie sugli ultimi decenni di enogastronomia e turismo. Italia a Tavola è stato il primo quotidiano in rete dedicato all'Horeca. Un successo assicurato dallo stretto rapporto con i partner e i lettori, dalla scelta di un'informazione giornalistica e dalla libertà di opinioni

Per i tuoi commenti cerca il codice 100000 su www.italiaatavola.net

In copertina



Per chi a Natale vuole brindare con la massima espressione dello Chardonnay di montagna la bottiglia giusta è l'AlpeRegis Extra Brut di Rotari. Disponibili anche le varianti Brut, Rosé e Pas Dosé.

Sommario















CERCA GLI APPROFONDIMENTI SU WWW.ITALIAATAVOLA.NET

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video



Scegliere Grana Padano significa abbracciare i valori italiani.

I luoghi dove nasce, la maestria dei casari,
le tradizioni, l'allegria a tavola, l'amore
per la cultura, il benessere e la passione.
È il gusto italiano che ha fatto
innamorare il mondo.
Un'emozione da condividere.



Un'emozione italiana.

IL FORMAGGIO DOP PIÙ CONSUMATO AL MONDO.

Aldo Cursano

Vice Presidente Vicario Fipe



Per attrarre i giovani serve ridare ascolto a passione e sentimenti

La consapevolezza di essere legati alla propria città, al proprio Paese, alla sua storia, alla sua gente, alla sua economia ed alle sue tradizioni, ci porta a questi momenti di profonda riflessione dove prevale il senso di appartenenza. Ritengo che occorra ripartire da qui per comprendere quello che sta accadendo nella nostra società post pandemia. Dobbiamo ritornare a coltivare umanità, relazioni sociali, aspetti fondamentali per vivere e crescere in una società migliore e più giusta. La società contemporanea non risponde più alle aspettative delle giovani generazioni ed è come se si fosse rotto quel patto che sosteneva il passaggio generazionale nel modello lavorativo, imprenditoriale, organizzativo ed economico e, sinceramente, non si può dare a loro la colpa di non rispettare le aspettative degli adulti!

I nostri ragazzi, quindi i nostri figli, è come se non accettassero più quanto il mondo degli adulti ha riservato per loro sia come lavoro che come prospettive. Non accettano di mantenere in piedi un modello produttivo e distributivo che subiscono e in cui hanno la percezione di essere solo numeri. Occorre, quindi, come imprese interrogarsi su come le nuove generazioni immaginino o vorrebbero il loro futuro, come si riuscirebbero a identificare con il lavoro e come si sentirebbero coinvolti.



Il lavoro di oggi così com'è configurato non riesce a garantire una forte risposta identitaria da parte dei ragazzi. Questa è la vera sfida che dobbiamo rilanciare, servono nuovi stimoli ed è necessario trovare nuovi modelli dove flessibilità, competenze e obbiettivi diventino la nuova realtà e non più il fattore tempo con il quale il nostro sistema organizzativo ha funzionato. Occorre rimettere al centro nuove modalità ed approcci che possano coinvolgere e far ripartire l'entusiasmo, la creatività ed il sogno che c'è dentro ogni ragazzo. Occorre valutare l'individuo in base alle sue competenze ed in funzione del contributo che è in grado di dare nell'innovare e migliorare le performance aziendali. Oggi servono manager con la capacità di saper motivare e creare un gioco di squadra rispetto a obbiettivi e progetti. Il mondo della ristorazione e del turismo è chiamato a dare una risposta a queste nuove priorità, avendo il coraggio di ripensare il modello di offerta e di servizio perché, forse, abbiamo rincorso troppo un'economia malata e la pandemia ci ha fatto comprendere come correre senza meta significa bruciare energie inutilmente e perdere l'orientamento. Il vero rinnovamento, oggi, è ridare ascolto alla passione ed ai sentimenti delle persone, ricostruendo una visione unitaria sui veri valori della vita!

Per i tuoi commenti cerca il codice 100488 su www.italiaatavola.net

ALT
STAZIONE DEL GUSTO

ALT


LA TUA RICERCA DI UN'OPPORTUNITÀ IMPRENDITORIALE È FINITA.

ENTRA A FAR PARTE DI ALT STAZIONE DEL GUSTO.
AVVIA SUBITO IL TUO BUSINESS.

GRAZIE A UN INVESTIMENTO ACCESSIBILE ANCHE AGLI IMPRENDITORI PIÙ GIOVANI E UN PERCORSO DI FORMAZIONE DEDICATO PRESSO L'ACCADEMIA NIKO ROMITO, POTRAI FARE RISTORAZIONE IN UN MODO DAVVERO INNOVATIVO.

UNA COLLABORAZIONE TRA


ACCADEMIA
NIKO ROMITO



INQUADRA IL QR CODE

PER SCOPRIRE DI PIÙ.

Rocco Pozzulo

Presidente Nazionale Fic

Mala Tempora currunt

I giovani possono essere ancora ottimisti?

Siamo alle solite. Non si è ancora intravisto alcuno spiraglio di fermo nella guerra in Ucraina, che già se ne riaccende un'altra in Cisgiordania, territorio già martoriato da anni. Non analizzo i motivi e chi sono gli artefici di questa ulteriore "pazzia", mi preoccupa e mi fanno rabbrividire le uccisioni dei bambini israeliani sgozzati, le vittime palestinesi dilaniate dai missili e i proclami di giustizia in nome di un Dio "grandioso".



Per un nostro giovane è ragionevole o illusorio essere ottimista e avere prospettive per il proprio futuro? L'attualità i giovani la vivono con grande preoccupazione, e come dare loro torto, se poi in più devono "tribolare" anche per trovare e mantenere un posto di lavoro decente che ti permetta di avere una vita "sociale" normale... I nostri governanti e gli amministratori cercano di fare il possibile per portare avanti delle politiche di riforma nel mondo del lavoro, anche attraverso altre metodologie, a svecchiare un sistema in modo tale di permettere anche ai giovani di essere protagonisti del Paese, e in modo tale che possano imprimere dei significativi cambiamenti in seno ad esso.

Noi come Federazione italiana cuochi facciamo la nostra parte, come sempre e da lungo tempo per giunta, "tallonando" continuamente i nostri politici, come recentemente alla fiera Host Milano, con richieste precise e indirizzate a una riqualificazione della nostra figura professionale e di recupero del nostro settore, oggetto di grande fuga specialmente da parte dei giovani.

Mi riferisco al corretto riconoscimento del ruolo del cuoco, al lavoro usurante, al turno unico lavorativo anziché sull'intera giornata con "nastri orari" inammissibili, ed altro ancora, in maniera tale che permetta al giovane, che intraprenda questa nostra professione, di vivere meglio e in una prospettiva di futuro più roseo, concedendo di esprimersi al meglio a livello lavorativo, creativo e individuale.

Come più volte detto il nostro Belpaese potrebbe sostenersi solo di turismo ed enogastronomia, grazie alle sue infinite bellezze naturali, paesaggistiche, di storia e di prodotti, solo se fossero debitamente supportate a ogni livello. Diamo quindi ai giovani attraverso questa grande ed inesauribile "risorsa" un senso alla loro vita e al loro futuro, non di bombe e non di guerre!

Qualcuno ha detto che la gioventù è un sogno, una forma di pazzia chimica, "accendiamone la miccia", certo non raccoglieremo morti ammazzati, ma linfa di prospettive migliori per tutto il nostro futuro.

Per i tuoi commenti cerca il codice 100475 su www.italiaatavola.net



FARINE PER PROFESSIONISTI

LINEA SPECIAL





LINEA PASTICCERIA

PROSSIMI APPUNTAMENTI 2024

- **Sigep** - Rimini
- **Gulfood** - Dubai
- **Alimentaria** - Barcellona
- **Cibus** - Parma
- **Tuttopizza** - Napoli

Molini Pivetti S.p.A.
www.molinipivetti.it





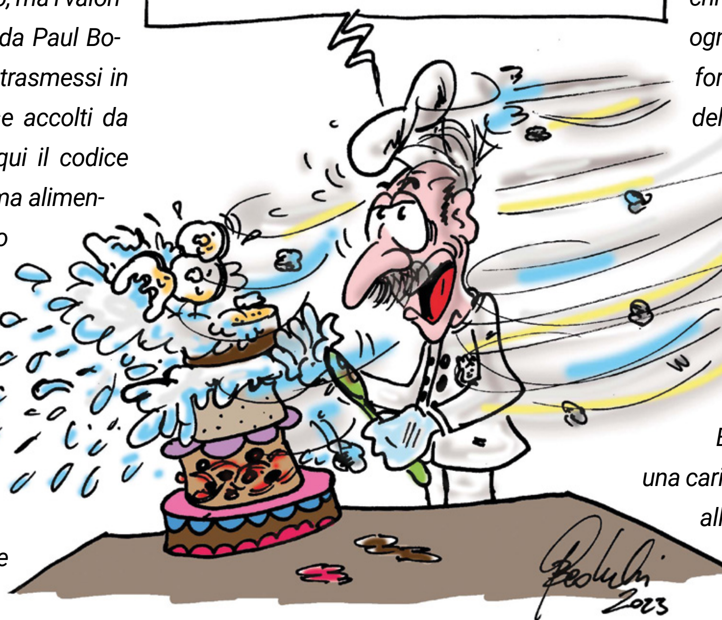
Enrico Derflingher

Presidente Euro-Toques International e Italia



Una ventata di gioventù rinfresca Euro-Toques

Euro-Toques nel 2024 entrerà nel 38° anno di vita. Abbiamo assistito a un cambiamento radicale del nostro mondo, ma i valori restano quelli trasmessi da Paul Bocuse e Pierre Romeier e trasmessi in Europa. Nel nostro Paese accolti da Gualtiero Marchesi. Da qui il codice d'onore a tutela del sistema alimentare, che ricade in modo virtuoso sulla ristorazione. Il 2023 è stato un anno importante: ci siamo arricchiti grazie a una necessaria ventata di gioventù. Da diverse regioni - ricordo Puglia, Toscana e Liguria - si sono associati 90 chef, il 50% under 30. Un'iniezione di dinamicità ed entusiasmo, che era necessaria. Il cambio generazionale porta idee ed energie nuove e da subito l'incontro con questi giovani professionisti si è rivelato una carta vincente per Euro-Toques. Siamo testimoni di una palpabile atmosfera carica di voglia di fare, di studiare, di confrontarsi e di cimentarsi in nuove sfide. Non ultima la promozione a livello internazionale dei nostri principi. Con determinazione.



L'onda d'urto delle "nuove leve" sarà fondamentale per il cambio di passo della rinnovata Euro-Toques proiettata nel futuro. Pensiamo solo a come possono essere interpretati e rivisti in chiave contemporanea i nostri punti fermi. Dalla promozione di una dieta sana alla difesa dei prodotti locali. Di grande rilievo sarà anche l'interpretazione delle ricette tradizionali effettuata da una mano e da una cultura di oggi. E poi il confronto tra scuole di pensiero e impronte diverse che non conoscono gelosie e mettono in comune esperienze e saperi.

Le nuove generazioni di cuochi sono inoltre molto sensibili a ogni forma di spreco e si sono formate con la consapevolezza del riutilizzo. In cucina non si butta nulla e un piatto semplice può essere sublime. Ne deriva quindi un'ulteriore valorizzazione degli ingredienti e delle loro innumerevoli declinazioni nel piatto. Euro-Toques si rinnova con una carica di brio che verrà trasmessa alla clientela dei diversi ristoranti, all'insegna di una stimolante educazione alimentare. Senza contare la felice ricaduta di immagine in tutto il mondo per la nostra cucina e il comparto agroalimentare grazie alla freschezza della rinnovata Euro-Toques.

Per i tuoi commenti cerca il codice 100247 su www.italiaatavola.net

ALTE CREAZIONI.



Risotto con riso Rosa Puro, fragole rosse, lamponi e burrata
su origini.risovignola.it



Origini CAPOLAVORI DI NATURA

RISO VIGNOLA 1880

Quattro risi dai colori naturali, da interpretare in libertà. Rosa Puro, Viola Intenso, Nero Assoluto, Bianco Essenziale: eccellenze del vercellese nate per ispirare infinite forme di bontà e bellezza.



Matteo Cutolo

Presidente Fipgc



La tradizione del panettone che conquista i laboratori

Il 19 e il 20 novembre si svolge a Napoli la finale del Campionato del Mondo del Panettone. La competizione, organizzata dalla Federazione internazionale pasticceria gelateria cioccolateria (Fipgc), vede sessanta concorrenti sfidarsi nelle categorie Classico, Innovativo, Salato, Pandoro e Pandoro decorato. È doveroso quindi puntare i riflettori su questo dolce. Non sono perché il periodo natalizio è imminente, però. Certo, è un prodotto della tradizione che sta conquistando i laboratori di tutta Italia, ma si sta facendo apprezzare lungo tutto l'arco dell'anno. Non a caso la produzione artigianale ha superato quella industriale. È un manufatto che si presta a molteplici interpretazioni in tema di colori, gusti e farciture, fermo restando che la versione classica è sempre quella più richiesta.

Ma attenzione, anche il palato dei consumatori si è evoluto nel tempo e non ammette scorciatoie. Partendo dal lievito madre, i punti fermi devono essere materie prime di indiscussa caratura. Burro e tuorli pastorizzati in prima battuta. Se vogliamo divagare, molto interessante si sta rivelando l'utilizzo dei semicanditi che vantano colore naturale, palatabilità superiore, profumo e sapore delicati. Tra gli errori più frequenti che si riscontrano sul mercato la tendenza a non cuocere troppo per renderlo ancora più morbido, tenendo sempre presente che le muffe sono in agguato. Per una shelf life più lunga il consiglio è quello di usare solo enzimi naturali, mentre sul fronte delle farciture vanno alla grande le creme spalmabili, ma oggi si stanno facendo largo, e con ottimi risultati, anche le confetture, di fichi o di arance per esempio.





Il panettone è un'elaborazione gastronomica che partendo da nord ha conquistato l'Italia. E ogni regione ha contribuito a renderlo unico donandogli un'identità aggiuntiva che lo ha ulteriormente valorizzato. Un prodotto simbolo, dal grande appeal, che arricchisce le vetrine e attrae la clientela. Dobbiamo continuare sulla strada già intrapresa con successo per renderlo, con arte e creatività, vincente lungo quattro stagioni.

Per i tuoi commenti cerca il codice 100582 su www.italiaatavola.net



Culinaire Original Debic

Sii Originale.
Scegli l'Originale.

Le tue mani creano preparazioni deliziose. Giorno dopo giorno diamo il massimo per mettere a tua disposizione prodotti di qualità, tecniche e suggerimenti, come la panna da cucina Culinaire Original Debic. Aggiungi la tua fantasia e la tua professionalità e insieme faremo grandi cose.

- Maggiore velocità di rappresa
- Sempre stabile
- Non coagula e non si separa
- Grande cremosità e consistenza

Debic, con te, è in buone mani. E tu lo sei con noi.

Debic. Per le mani dei professionisti.



Scarica il Ricettario
guarda le Masterclass



Debic.it

Angelo Musolino
Presidente Conpait

La tendenza della pasticceria varia a seconda delle opportunità di mercato?



Tu da che parte stai? La domanda, diretta e senza fronzoli, è chiaramente rivolta al mondo dei pasticceri ma potrebbe semplicemente essere rivolta al mondo del lavoro più in generale. Riteniamo, da tempo, che la tendenza della pasticceria possa variare a seconda delle opportunità di mercato. Ecco, da questo assunto, all'interno di Conpait ci chiediamo se alcuni pasticceri aspirino a diventare commercianti, aprendo la propria pasticceria e commercializzando prodotti forniti da terzi? Mentre altri nostri pasticceri potrebbero preferire una carriera più orientata verso la creazione e produzione di prodotti e quindi artigiani.

Quale delle due strade, apparentemente simili ma assolutamente diverse tra loro e fondamentali, per noi, rispetto ad etica e poi successo? Sono certo che la decisione di diventare un commerciante o un artigiano dipende dalle ambizioni personali e dalle opportunità disponibili. Ma proprio per questo, dalla nostra associazione, siamo obbligati ad alzare il tiro, ad elevare la qualità, a chiarire anche questi aspetti. E se da una parte, continuiamo a dire e ridire che il food cost sia necessario e che essere pasticcere oggi significa anche divenire un piccolo imprenditore; dall'altra parte non smetteremo mai di puntare sull'artigianalità e, permetteteci, anche sulla manualità e sull'esperienza di lavorare ogni singolo prodotto pronto al consumo.

Nella continua formazione, nelle scuole, nei laboratori, tra la gente e partecipando alle diverse fiere, Conpait cerca di spiegare a tutti che il cliente deve essere messo in grado di assaggiare, provare, degustare ed apprezzare la scelta di questo o quel dolce. Questo o quel lievitato. Per scegliere la mia pasticceria rispetto alle mille altre, nella stessa zona o nella medesima città, devo dare qualcosa in più e fare la differenza. Così conquistiamo il palato del cliente ma anche la sua fiducia. Artigiani, dunque. Senza dimenticare la commercializzazione che, grazie alle nuove tecnologie, ci consente di avere la nostra vetrina personale su mondo. Ad ogni modo, su questo argomento, molto presto organizzeremo un incontro pubblico per capire gli umori e discutere più ampiamente della scelta da compiere. Per i futuri pasticceri, per tutti.

Musolino Angelo

Per i tuoi commenti cerca il codice 100553 su www.italiaatavola.net

Grappa Mangilli.
Nobile friulana.

La grappa Furlanina Gentile Invecchiata si distingue per il suo profumo gentile e per la sua morbidezza molto gradita dai palati più esigenti e raffinati. Distillata da vinacce di vitigni prevalentemente a bacca bianca, con prevalenza di Pinot Grigio, Chardonnay, Sauvignon e Prosecco e invecchiata in botti di legni diversi per oltre 12 mesi sotto il controllo dello Stato, va incontro al gusto attuale dei consumatori.

Disponibile anche nella versione bianca.



Acquistala anche su: store.caffo.com
mangilli.it



MANGILLI
Cantine e Distillerie

CaffoStudio Bevi responsabilmente.

Francesco Guidugli
Presidente Solidus

In Italia ci sono differenze troppo evidenti nell'offerta del turismo?



Accogliere e ospitare non è mai stato facile. In passato perché era un fenomeno che riguardava pochi, poi dopo il 1945 ha iniziato a diventare sempre più importante, perfino esplosivo, nei numeri dei viaggiatori internazionali, nella qualità dei servizi offerti e nel numero di Paesi coinvolti. Dopo il 1990 ha assunto dimensioni ancora più importanti grazie alla fine della Guerra Fredda e alla globalizzazione degli scambi economici. Abbiamo vissuto sull'orlo di un vulcano in eruzione e continuiamo a viverci.

Banca d'Italia certifica che il 2023 è un anno formidabile per la nostra industria dell'ospitalità con il recupero sia dei mercati europei, tedesco in primo luogo, che internazionali, americano innanzitutto. Le proiezioni parlano di 46 miliardi di euro nell'incoming per il 2023. L'incoming certifica le cifre del turismo internazionale, quello domestico, più opaco nei numeri, probabilmente pesa per il doppio.

Se si aggiungono l'indotto e l'influenza su altri settori portanti della nostra economia si può azzardate che l'industria dell'ospitalità italiana influenza almeno un quarto del Pil nazionale, che è arrivato a quota 2100 miliardi euro.

L'industria dell'ospitalità in Italia è un fenomeno assai ben diversificato da Nord a Sud e da Est a Ovest. Ci sono regioni di punta, come Sud Tirolo e Veneto a Nord Est, Liguria e Valle d'Aosta a Nord Ovest, Roma nel cuore della penisola, Sicilia e Puglia nel Sud, altre che zoppicano, come Calabria e Abruzzo nel Sud, Marche e Umbria nel Centro, le montagne del Piemonte e del Friuli tra Nord Ovest e Nord Est. Non esiste una programmazione nazionale coerente, non è mai esistita. Sono le regioni e i vari territori a dettare legge.

È italiano chi vive in Italia, che vi sia nato o meno, e apporta ricchezza, umana, sociale, culturale, economica, al nostro Paese. E ogni italiano meriterebbe un Paese che gli garantisca lavoro e benessere adeguato.

Noi, addetti al settore che sappiamo accogliere e ospitare tutti, siamo anche ambasciatori di uno stile di vita che il mondo apprezza e perfino ci invidia. Dovremmo aiutare l'opinione pubblica e chi ci governa a rendersene conto e aiutarci a fare dell'Italia un Paese ancora più accogliente non solo per chi ci arriva ma soprattutto per chi ci vive.

F. Guidugli

Per i tuoi commenti cerca il codice 100813 su www.italiaatavola.net



Valerio Beltrami

Presidente Amira



Amira per il sociale Doppia cena benefica con studenti e chef stellati



Piatti stellati e beneficenza. Questa la formula con cui Amira ha deciso di celebrare il suo impegno sociale. L'11 settembre a Domodossola in occasione della quinta edizione di "Domo Sofia" (festival delle idee e saperi) l'Associazione dei maitre italiani, rappresentata dal presidente nazionale Valerio Beltrami, dal Cancelliere Claudio Recchia, e dai Maitre Hotel Silvia Dilario e Rodolfo Introzzi, ha gestito con gli allievi dell'istituto alberghiero Mellerio Rosmini il servizio per una cena benefica ove l'incasso è stato devoluto per sostenere il progetto "una casa per tutti", cioè trasformare l'ex casa parrocchiale in sei appartamenti per l'emergenza abitativa dei bisognosi.

La serata è anche andata in onda sul canale Mediaset Italia Uno. L'elegante e lunga tavolata di circa 50 metri ha accolto 140 ospiti, i quali hanno potuto degustare i piatti di due chef stellati: Antonino Canavacciuolo di Villa Crespi e Giorgio Bartolucci del ristorante Eurossola, e degli chef locali Matteo Sormani, Norman Berrini, William Vicini, Stefano Allegranza, Andrea Ianni, proprietari e cuochi di rinomati ristoranti in Valle Ossola, oltre che dei pasticcieri Luca Doria e Fabio Tisti, e gli aperitivi di Massimo Sartoretti, Massimo Coniglio, Vincenzo Brindisi e Francesco Catapano.

Il 18 settembre invece è andata in scena una cena benefica denominata "Chef in quota", una iniziativa di Altair-Domobianca in collaborazione con il giornale La Stampa per gli anziani della provincia di Verbano-Cusio-Ossola che faticano ad arrivare a fine mese, che con le feste Natalizie riceveranno un assegno di 500 euro "tredicesima dell'amicizia". Anche in questa occasione Amira era presente con il Presidente nazionale Valerio Beltrami, i maitre Silvia Dilario , Samuele Rainoldi, Omar Valentini e gli allievi del CFP Formont di Villadossola e l'Istituto Alberghiero Mellerio Rosmini di Domodossola, che hanno gestito il servizio di sala presentando i piatti degli chef stellati Paolo Ghiffa di Aosta e Alessandro Gilmozzi dal trentino, oltre che degli chef locali Matteo Sormani, Davide Brovelli,Simona Benedetti, Andrea Ianni, Giandomenico Iorio, Fabio Tisti, Massimo Sartoretti, Francesco Catapano, Luca Prata. Degli aperitivi invece si sono occupati Fabio Beltrami, Claudio Fiora, Edoardo Patrone, i fratelli Ferraris, Debora Braito ed Eros Buratti. I vini presentati sono stati serviti dall'Ais, delegazione del Vco. La serata ha visto partecipare 138 ospiti che hanno apprezzato lo scopo benefico e anche le creazioni culinarie presentate.

Per i tuoi commenti cerca il codice 100050 su www.italiaatavola.net

EHMA EUROPEAN HOTEL MANAGERS ASSOCIATION

Ezio Indiani

Delegato nazionale Italia EHMA



Stile e identità
L'impatto dell'abbigliamento nel mondo dell'ospitalità



Viviamo un momento storico in cui è tutto concesso e può essere messo in discussione. Un periodo in cui l'obiettivo è farsi notare e si finisce spesso con l'essere provocatori per il solo e mero intento di apparire. Nella gran parte dei casi il risultato è che si debba sempre rincorrere una moda che cambia sempre più spesso e che ci porta ad una frenesia di cambiamento che nulla poi lascia nei ricordi delle persone. A volte ci dimentichiamo che siamo nel paese, l'Italia, e nella città, Milano, che sono ritenute a livello internazionale le capitali dell'alta moda e soprattutto dello stile. È proprio di stile che voglio parlare e di come i general manager di alberghi di città importanti debbano esserne in assoluto i suoi massimi rappresentanti e ambasciatori. Un detto dice che "l'abito non fa il monaco" e, a un livello di capacità manageriale, è corretto… ma, a livello di immagine, è errato, perché un manager ben vestito delinea già un albergo di classe.

Le regole sono semplici da seguire e credetemi nell'ambito degli incontri con colleghi e ospiti lo stile dell'abito lascia il segno e fa la differenza nella relazione. Abito grigio durante il giorno, blu la sera, camicia rigorosamente bianca, cravatta di seta in tono, pochette ben piegata, scarpe stringate nere e sempre ben lucidate. Le regole sono poche ma ben chiare e facili da applicare. Messe in pratica ci mettono nella condizione di esprimere al meglio il nostro portamento, il nostro carattere e il nostro charme… quindi la nostra personalità.

Un capitolo a parte si deve scrivere per i direttori di destinazioni prettamente turistiche, dove il caldo di località balneari e lacustri impone un abito molto leggero e di colore chiaro, grigio, azzurro, ecc., oppure un abbigliamento estivo che rappresenti la destinazione.

Per le destinazioni montane, abiti in sintonia con le tradizioni del luogo sono indicati e valorizzano la personalità del direttore stesso. Voi mi direte che oggi una riflessione di questa natura è anacronistica. Io credo invece che, in un momento come questo, si debba ritornare alla classicità, agli abiti fatti su misura che racchiudono in essi l'esperienza, la professionalità e le capacità di un abile artigiano. In un'epoca in cui tutto dura un battito di ciglia e ha una scadenza breve, si deve invece pensare ad indossare capi che durano e ci accompagnano nel corso degli anni mantenendo immutata la forma e spirito con cui sono stati creati proprio perché sono stati creati per durare.

Per i tuoi commenti cerca il codice 100771 su www.italiaatavola.net

Bartolomeo D'Amico
Presidente Associazione Direttori d'Albergo





Rivoluzione nella ristorazione
Dalla tradizione all'intelligenza artificiale

L'intelligenza artificiale (IA) sta avendo un impatto significativo sulla ristorazione mondiale, compresa quella italiana. Grazie alle sue capacità di apprendimento automatico e di analisi dei dati, l'IA può essere utilizzata per migliorare l'efficienza operativa, ottimizzare la gestione delle risorse e offrire un'esperienza migliore ai clienti.

Ecco alcune delle applicazioni più comuni:

1. *Esperienze di cena personalizzate: l'IA può analizzare un vasto insieme di dati per comprendere le preferenze dei clienti. Può prevedere i gusti individuali e le intolleranze alimentari dei clienti e suggerire piatti personalizzati o vini da abbinare al cibo, creando un'esperienza culinaria unica.*

2. *Analisi dei dati: l'IA può aiutare a prevedere i trend del cibo, calcolare le quantità ideali di cibo da ordinare e ridurre gli sprechi. Può anche aiutare a capire quali piatti sono più popolari e in quali momenti.*

3. *Robot nella cucina: nell'alta ristorazione, la precisione è fondamentale. In alcuni ristoranti, i robot programmati con AI stanno assumendo compiti come tagliare con precisione o mescolare gli ingredienti alla velocità e temperatura perfette.*

4. *Chatbot e assistenti virtuali: in molti ristoranti di alta gamma, i chatbot intelligenti vengono utilizzati per rispondere alle domande dei clienti, prendere prenotazioni e gestire ordini. Alcuni ristoranti stanno esplorando anche l'uso di assistenti virtuali dotati di AI per migliorare l'esperienza del cliente.*

5. *IA nella sommellerie: ci sono programmi IA che possono analizzare migliaia di recensioni di vini, note di degustazione e descrizioni per fare raccomandazioni personalizzate, contribuendo a migliorare l'esperienza di abbinamento cibo-vino.*

6. *Infine, l'IA può essere utilizzata per migliorare la sicurezza alimentare. Attraverso l'analisi dei dati, l'IA può rilevare eventuali anomalie o contaminazioni nei prodotti alimentari, consentendo ai ristoranti di intervenire tempestivamente e garantire la sicurezza dei clienti.*

In conclusione, l'intelligenza artificiale sta rivoluzionando il settore della ristorazione italiana, offrendo nuove opportunità per migliorare l'efficienza operativa, personalizzare l'esperienza dei clienti e garantire la sicurezza alimentare. Tuttavia, è importante trovare un equilibrio tra l'utilizzo dell'IA e il mantenimento di un'esperienza autentica e umana per i clienti. L'IA può sicuramente migliorare l'efficienza e l'esperienza del cliente, ma è importante ricordare che nel mondo dell'alta ristorazione, l'aspetto umano rimane fondamentale. L'abilità dello chef, l'estetica delle presentazioni dei piatti e l'attenzione individuale al cliente sono aspetti che difficilmente possono essere sostituiti da una macchina.

D'Amico Bartolomeo

 **Per i tuoi commenti cerca il codice 100513 su www.italiaatavola.net**



Bollicine

Meno zucchero nel bicchiere, crescono extra brut e pas dosé



di ***Giambattista Marchetto***

Per qualcuno sono dissertazioni da "enofighetti" che apprezzano approcci più sofisticati, eppure la tendenza ad un cambio di gusto e di approccio alle bollicine anche sul mercato italiano sembra essere confermata da chi lavora sul campo e si trova a confrontarsi con il mercato, oltre che con il pubblico. Ecco che se la prevalenza sullo scaffale è di spumanti dolci, ancora oggi la versione più apprezzata dal grande pubblico, la nicchia dei bevitori più vicini ad un dosaggio basso - fino quasi al pas dosé - si allarga a vista d'occhio.

Sicuramente nel carrello della spesa in Gdo rimangono dunque molto frequentate le versioni extra dry di Asti o Prosecco, il Moscato si gioca soprattutto come calice zuccheroso e il Lambrusco spumeggia amabile, ma anche molte spumantizzazioni di vitigni autoctoni in giro per l'Italia puntano sul metodo Charmat con una buona presenza di dolcezza.

Nel segmento Horeca, invece, cresce con la forza di un fiume carsico l'attaccamento verso spumantizzazioni con basso dosaggio, dal brut all'extra-brut fino appunto al dosaggio zero, che soprattutto nelle espressioni in metodo classico portano nel calice un sorso affilato e assai poco piacione. In generale continua a crescere la produzione delle bollicine italiane, che secondo l'Osservatorio Uiv-Vinitaly ha sfiorato quota 1 miliardo di bottiglie (978 milioni) nel 2022, in leggero aumento (+4%) rispetto a uno strabordante 2021 (+25%).

I trend: dosaggio o non dosaggio?

Nella vinificazione di uno spumante con metodo classico (o *champenoise*) il dosaggio (*dosage*) è l'ultimo passaggio di lavorazione nella spumantizzazione del vino prima della tappatura; avviene dopo la sboccatura e prevede l'aggiunta di un vino della stessa partita (nel caso del dosaggio zero) o di una miscela chiamata "sciroppo di dosaggio" (in francese liqueur d'expédition) che può contenere dello zucchero, del distillato invecchiato oppure del vino affinato in barrique appositamente prodotto.

Il dosaggio nel metodo classico va dalla versione brut nature, pas dosé, dosaggio zero con zucchero inferiore a 3 grammi/litro, fino alla ➔



10 TRENTODOC consigliati da Eros Teboni, miglior sommelier del mondo Wsa 2018

1. **Trentodoc Giulio Ferrari Riserva del Fondatore Ferrari Trento**
2. **Trentodoc Letrari 976 Riserva del Fondatore - Letrari**
3. **Trentodoc Altemasi Graal Brut Riserva - Cavit**
4. **Trentodoc Aquila Reale Riserva - Cesarini Sforza**
5. **Trentodoc Cuvée dell'Abate Riserva - Abate Nero**
6. **Trentodoc Madame Martis Rare Vintage Riserva Maso Martis**
7. **Trentodoc Brut Nature - Moser**
8. **Trentodoc Flavio Extra Brut Riserva Rotari Mezzacorona**
9. **Trentodoc Paladino Riserva - Revì**
10. **Trentodoc Brut Nature - Opera**

versione dolce con oltre 50 grammi/litro, passando per le sfumature brut (da 0 a 12 grammi/l) e dry (da 12 a 32 o 50 grammi/l).

Nella spumantizzazione con metodo Charmat-Martinotti, invece, la percentuale di zuccheri viene definita in fase di lavorazione in autoclave e può portare alla medesima ripartizione di natura.

Perché poi tanta complicazione nella gestione del dosaggio? In generale, l'aggiunta di una componente zuccherina porta ad ammorbidire il vino, rendendolo appunto più piacione in calice con un abbassamento dell'acidità.

I produttori seguono il trend del basso dosaggio

Ecco, non si può negare che la maggiore presa di consapevolezza dei consumatori rispetto a quel che trovano nel calice abbia portato ad una scelta più accurata del "dosaggio" sia per bolle da metodo Charmat che da metodo classico.

E la tendenza, come dicevamo, va verso un abbassamento del grado zuccherino. Ecco che la Spergola Ca' Besina Pas Dosè di Casali Viticultori ha vinto

10 ASTI SPUMANTE consigliati da Piera Genta

1. Asti spumante Docg dolce - Giulio Cocchi
2. Asti spumante Docg dolce - Ca' d'Gal
3. Asti spumante Docg dolce - Marenco vini
4. Asti spumante Docg dolce La Selvatica - Caudrina
5. Asti spumante Docg dolce - Bera
6. Asti spuamnte Docg dolce - Bersano
7. Asti spumante Docg dolce Bel Piasi - Cascina Fonda
8. Asti spumante Docg dolce "Acquesi" - Cuvage
9. Asti spumante Docg secco - Esploro Bosca
10. Asti spumante Docg secco 28 - Roberto Sarotto



10 FRANCIACORTA consigliati da Paolo Porfidio

1. Riserva Secolo Novo 2014 - Le Marchesine
2. Riserva Francesco Battista Crio Rosè 2012 - I Barisei
3. Riserva Palazzo Lana 2011 - Guido Berlucchi
4. Pas Dosé Grande Cuvée Alma Non Dosato - Bellavista
5. Le Millèsime 2014 - Derbusco Cives
6. Cabochon 2016 - Monte Rossa
7. Rosé 2019 - Ferghettina
8. Riserva Annamaria Clementi 2014 - Ca' del Bosco
9. Coro delle Monache 2015 - Arcari + Danesi
10. Blanc de Blancs Numero Zero - Muratori

DAL 6 AL 26 NOVEMBRE 2023

VINCI CON METRO.IT E DISH





REGISTRATI SU METRO.IT E COLLEGA LA TUA TESSERA METRO

ACQUISTA SU METRO.IT OPPURE ATTIVA UN SERVIZIO DISH E PARTECIPA ALL'ESTRAZIONE DI UN BUONO ACQUISTO DI

20.000€

LA FORTUNA TI ASPETTA!

Per partecipare al concorso bisogna essere iscritti a metro.it e aver collegato la propria tessera METRO. Parteciperà all'estrazione chiunque effettuerà un acquisto dal 6 al 26.11.2023 sul portale metro.it oppure sottoscrive e attiva con un nostro venditore un pacchetto DISH (a scelta tra le formule Starter, Professional Reservation, Professional Order o Premium). Per acquisto sul portale metro.it si intende l'acquisto di attrezzature professionali su metro.it/marketplace (raggiungibile cliccando su "Mercato Online" nel menù di navigazione). Il cliente che ha acquistato su metro.it riceverà una mail con un link, il cliente che ha attivato un servizio DISH dovrà collegarsi al sito www.concorso.metro.it per inserire il proprio codice tessera METRO ed il numero dell'ordine o indicare il servizio DISH attivato. Ogni Cliente potrà concorrere all'estrazione finale fino a un massimo di due partecipazioni (una per l'acquisto su metro.it, indipendentemente dal numero di acquisti effettuati, e una per la sottoscrizione del Servizio DISH). Il Buono Acquisto è suddiviso in Buoni da 250,00 € IVA inclusa. I Buoni Acquisto sono spendibili in tutti i punti vendita METRO e MAXI fino al 31.07.2024 (i Buoni acquisto non sono spendibili nel canale METRO DA TE e per i corsi di METRO Academy). Concorso a premi promosso da METRO Italia S.p.A. Regolamento completo disponibile su www.concorso.metro.it. Montepremi 20.000,00 € IVA inclusa. Concorso a premi valido dall' 6.11.2023 al 26.11.2023 - Estrazione entro il 29.02.2024.



METRO

IL VOSTRO SUCCESSO È IL NOSTRO IMPEGNO



10 PINOT NERO dell'OLTREPO' PAVESE consigliati da Giambattista Marchetto

1. I Ger Dosaggio Zero - Alessio Brandolini
2. Casto Pas Dosé 2018 - Bosco Longhino
3. Cuvée More Pas Dosé - Castello di Cigognola
4. 1865 - Conte Vistarino
5. Nature 2019 - La Piotta
6. Oltrenero Nature 2018 - Oltrenero
7. Pas Dosé 2018 - Terre Bentivoglio
8. Cruasè 2018 - Mazzolino
9. Cruasè 2019 - Pietro Torti
10. Cruasè Julillae 2011 - La Travaglina

il premio di Miglior Spumante Metodo Classico della Regione Emilia Romagna 2023, un fatto inatteso in una regione che ha fatto della dolcezza del Lambrusco una bandiera per decenni. E un grosso produttore dell'area Prosecco come Cantina Produttori di Valdobbiadene ha scelto di virare verso l'extra brut con il nuovo progetto Cuvée Classiche, che gioca su uno stile enologico verso spumanti più secchi.

Anche **Martin Foradori Hofstätter** dall'Alto Adige ha scelto di debuttare con la sua prima bolla - il Trentodoc di alta montagna Maso Michei - in versione extra-brut. «L'Italia, che vale oltre l'80% del nostro fatturato, è un mercato altamente qualificato per quanto riguarda gli spumanti - specifica il produttore altoatesino - e il consumatore oggi ricerca sempre più prodotti di nicchia. Lo conferma il successo del nostro Trentodoc di alta montagna prodotto da vigneti a 850 metri di altitudine, e lanciato sul mercato la primavera scorsa.

10 Valdobbiadene Prosecco consigliati da Guido Ricciarelli

1. Valdobbiadene Prosecco Superiore Rive di Campea 2021 - Bisol 1542
2. Valdobbiadene Prosecco Superiore Ius Naturae Bio 2021 - Bortolomiol
3. Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Rive di San Petro di Bardozza 2020 Carpenè Malvolti
4. Valdobbiadene Prosecco Sup XZero 2021 - Follador
5. Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Rive di Ogliano RDO Levante 2021 Masottina
6. Valdobbiadene Prosecco Superiore Rive di Col San Martino Cuvée del Fondatore Graziano Merotto 2021 - Merotto
7. Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Nodi 2020 - Nino Franco
8. Valdobbiadene Prosecco Superiore Giustino B 2021 - Ruggeri
9. Valdobbiadene Prosecco Superiore - Santa Margherita
10. Valdobbiadene Prosecco Superiore di Cartizze La Rivetta 2021 - Villa Sandi

10 CHAMPAGNE consigliati da Federico Bovarini, miglior sommelier Ais Lombardia 2023

1. Vincent Métivier Meunier 2013
2. Coutelas - 1809
3. Henri Giraud - MV18
4. Jaquesson 738 - Dégorgement Tardif
5. Perseval - Farge
6. Drappier Charles de Gaulle
7. Franck Pascal Quintessence 2008
8. Egly - Ouriet Grand Cru
9. Moutard Rosé Brut Nature Cuvée des 6 Cepages 2010
10. Agrapart Les 7 Crues

10 SPUMANTI DI ALTRE DENOMINAZIONI consigliati da Davide Bortone

1. Metodo Classico Extra Brut "Giulio F.56 - Underwater" Azienda agricola Federici
2. Verdicchio dei Castelli di Jesi Doc Spumante Metodo Classico Pas Dosé 2016 Millesimè - Mirizzi
3. Durello Lessini Doc Vino Spumante Pas Dosé Riserva 2016 Cuvée Serafino - Dal Maso
4. Lessini Durello Doc Spumante Riserva Pas Dosé 2017 Amedeo Ca' Rugate
5. Metodo Classico Non Dosato Millesimato 2016 Duezerosette - Tenuta Maffone
6. Metodo Classico Nature Ugo Botti - Tenuta La Vigna
7. Brut Peak Nat Puntay - Erste+Neue
8. Metodo Classico Dosaggio Zero 2016 - Coppola
9. Metodo Classico Brut Nature 2018 "900" Duca Carlo Guarini
10. Fior D'arancio Colli Euganei Docg Dolce 2022 Vigne Al Colle

Il consumatore italiano è sempre più attento ad etichette che nascano da aziende con un approccio che metta al centro terroir e rispetto dell'ambiente».

Parallelamente Hofstätter registra anche una costante crescita delle bollicine dealcolate «che si rivolgono a coloro che non possono o non vogliono bere alcolici ma che sono alla ricerca di un prodotto di qualità per brindare in occasioni speciali o da stappare in un momento tipicamente italiano come l'aperitivo».

«Una delle tipologie in costante ascesa sul mercato italiano - riferisce **Romina Romano**, country manager Italia di Les Grands Chais de France - sono i Crémant, le bollicine metodo classico francese che produciamo in Jura, Alsazia, Limoux ma anche a Bordeaux e in Borgogna. Nei primi 9 mesi abbiamo venduto 180mila bottiglie di Crémant sul mercato italiano e i Crémant di Borgogna hanno subito un'impennata considerevole soprattutto nell'ultimo anno, con un raddoppio dei volumi: da 15 a 30mila nei primi 8 mesi del 2023. In crescita anche i Crémant di Bordeaux introdotti per la prima volta quest'anno da Les Grands Chais de France in Italia».

Anche in enoteca traina il pas dosé

Che succede allora in enoteca, quando il consumatore deve scegliere un calice dalla lavagna? A Montalcino, dall'Enoteca di Piazza, **Nicolò Fedolfi** assicura che «l'unica scelta è il pas dosé, ne vanno tutti matti», mentre da Padova **Emanuele Salmaso** de La Moscheta riferisce che «sicuramente negli ultimi 2/3 anni il consumatore, per moda, ha scoperto la bollicina pas dosé trascurando il fatto che da decenni lo stile di un metodo classico, principalmente nello champagne, è dato dall'abilità nel dosare». E invece specifica che, dovendo scegliere, tra Metodo Classico e Charmat «la scelta ricade nettamente sul primo, con una predilezione per i monovitigno ossia Blanc de blancs e Blanc de noirs».

Tommaso Favaron del bar Al Campanile di Mirano, nel Veneziano, osserva come le preferenze cambino da zona a zona. «Ci sono città in cui ad esempio il rosé è trainante - spiega - anche se da noi questo non succede. Oggi comunque i nostri clienti chiedono tutto secco, non solo il vino, ma anche il gin». Ecco che al bancone «tutti ordinano brut o meglio extra-brut, mentre l'extra-dry è praticamente sparito». cod 100006



RCR
CRISTALLERIA ITALIANA

Riprenditi il tuo spazio



- Impilabili con sistema anti-incastro
- Speciale design zero-calcare sul fondo
- Testati per i lavaggi in lavastoviglie

I bicchieri Stack sono i primi bicchieri impilabili in Luxion® che triplicano il tuo spazio, con uno speciale design anti-incastro ed un innovativo sistema di scolo anticalcare sul fondo, per un ottimale lavaggio in lavastoviglie.

Prodotti realizzati in Luxion®.
Materiale brevettato concepito nel pieno rispetto dell'ambiente.
100% riciclabile.

MADE IN ITALY

AlpeRegis
Chardonnay di montagna



L'alta gamma dei raffinati Trentodoc di Cantina Rotari è suggellata dal marchio AlpeRegis, che racchiude spumanti classici di montagna tutti millesimati ottenuti esclusivamente dalla rifermentazione in bottiglia delle uve Chardonnay e Pinot Nero. Collocata all'interno della suggestiva "Cittadella del Vino" di Mezzocorona, la Cantina Rotari è stata inaugurata nel 1997 ed ha rappresentato fin da subito l'eccellenza della spumantistica Trentodoc, attraverso il marchio Rotari fondato nel 1977. La principale caratteristica di tutti i Rotari Trentodoc è l'eleganza e trovano nella linea AlpeRegis la loro consacrazione, spaziando dalle più delicate bollicine delle versioni Brut e Rosé, ai più diretti e verticali Extra Brut e Pas Dosé.

La linea **AlpeRegis** copre quindi l'intera gamma di spumantistica metodo classico, a partire dal primo nato nel 2007: l'elegante **Extra Brut**. Chardonnay al cento per cento con uve derivanti da vigneti selezionati di montagna che beneficiano di lavorazioni uniche e sartoriali. Una volta selezionate e vendemmiate a mano, le uve vengono portate velocemente in Cantina per garantire il massimo della qualità e della freschezza. Una volta effettuata la prima fermentazione in acciaio, una parte del vino beneficia di un periodo di maturazione di circa

sei mesi in barrique di rovere francese per arricchire ma non coprire gli aromi tipici del vitigno. A questo segue la fermentazione malolattica e quindi la seconda fermentazione in bottiglia sui lieviti per un periodo minimo di quarantotto mesi. In questo tempo lo spumante si trasforma: il perlage prende forma nella sua veste delicata e setosa e lo Chardonnay si arricchisce di corpo e struttura.

Allo scadere dei quattro anni, solo l'attento e minuzioso giudizio degli enologi Rotari può dare il via libera al dégorgement e alla successiva etichettatura. Ad oggi, grazie alla ricerca di una sempre maggiore qualità, il periodo di permanenza sui lieviti è di oltre settantadue mesi.

Una volta effettuati il remuage e la rimozione dei lieviti col metodo alla glacé, ogni bottiglia viene reintegrata con il vino della stessa annata con una piccolissima aggiunta di zucchero, il dosaggio, a questo segue un riposo di altri sei mesi in cantina, prima che lo spumante possa esprimersi in tutta la sua forza all'interno di una flûte ampia.

Colore giallo paglierino brillante dai riflessi dorati, al naso si esprime con note intense di frutta matura, mela golden e ananas. Aromi di crosta di pane date dal lungo affinamento in bottiglia completano il ventaglio di profumi che nel finale richiamano anche frutta secca, noci, nocciole e ricordi minerali, dati dalla singolare composizione dei terreni di coltivazione dello Chardonnay destinati all'AlpeRegis Extra Brut. Al palato il sapore è inteso e fragrante. Il sorso è equilibrato con finale asciutto e minerale, di gran piacevolezza e persistenza. Particolarmente adatto con crudità di mare e piatti ricchi a base di pesce, accompagna anche risotti e secondi a base di carne.



La linea AlpeRegis al completo

La linea degli AlpeRegis si arricchisce poi con le più morbide bollicine dell'ultimo nato: l'**AlpeRegis Brut**, espressione di Chardonnay in purezza che beneficia di un periodo di maturazione sui lieviti che supera i 60 mesi. Un Trentodoc morbido e avvolgente, caratterizzato da una piacevolezza gusto olfattiva unica e setosità di perlage. Uno spumante versatile che accompagna l'intero pasto a partire dagli aperitivi.

L'**AlpeRegis Rosé** è l'unico Trentodoc della linea che vede la presenza del Pinot Nero come vitigno di punta e l'eleganza dello Chardonnay a complemento. Affina sui lieviti per oltre 60 mesi, il colore è rosato quasi ramato. Raffinato, risponde a pieno alle esigenze dei palati più classici e di quelli più sofisticati con note di bacche rosse (lampone e ciliegia), arricchite da richiami di biscotto. Perfetto in abbinamento alla cucina italiana e internazionale, ottimo anche con piatti di terra come tartare di manzo e carpacci.

L'**AlpeRegis Pas Dosé** è invece l'espressione più diretta e verticale dei Trentodoc. Uno Chardonnay in purezza che riposa sui lieviti per oltre 72 mesi. La totale assenza di zucchero rende ogni sorso unico e diretto e permette di assaporarne a pieno il gusto deciso. Giallo tendente al dorato, il profumo esprime note di nocciola e frutta secca, ben armonizzate con i sentori di pesca, albicocca e mela gialla. Spumante perfetto per intenditori e palati esigenti, si esprime al massimo con crudità di pesce. cod 100700

Rotari - Mezzacorona
0461 616399
www.mezzacorona.it

ALTA LANGA

Il regalo perfetto sotto l'albero

Le feste offrono un'infinità di occasioni per un brindisi, ma anche per cenare a base di bollicine: cosa c'è di meglio dei vini Alta Langa Docg per celebrare queste occasioni speciali?

L'Alta Langa, regione vinicola situata tra le alte colline del Piemonte meridionale, è la culla del Metodo Classico italiano ed è nota per la produzione di spumanti di altissima qualità che aggiungeranno eleganza alle festività e permetteranno di assaporarne ogni istante.

I produttori di Alta Langa Docg rispettano le tradizioni e la radicata cultura vitivinicola piemontese: questa combinazione di passione e competenza garantisce che ogni bottiglia sia un'opera d'arte enologica. Ogni passo, dalla cura del vigneto alla vendemmia, dalla vinificazione all'affinamento, è seguito con rigore e precisione per assicurare che il vino rispecchi l'eccellenza di questa regione.



A Natale regala Alta Langa Docg

Il Natale è il momento ideale per condividere un brindisi con amici e familiari. Niente è più adatto dei vini Alta Langa Docg, spumanti Metodo Classico che offrono un'esplosione di finissime bollicine, un bouquet aromatico complesso e una freschezza che li rende perfetti per accompagnare i piatti del Natale, per un aperitivo di grande classe o un brindisi indimenticabile.

Se è vero che le festività si associano alle grandi riunioni di famiglia, una magnum è la dimensione perfetta per fare colpo: si rivelerà un piacere da scartare, da stappare e da gustare in compagnia. Durante le festività natalizie, non c'è nulla di più gradito di un regalo ben pensato. Un'etichetta ben selezionata di Alta Langa Docg saprà sorprendere un amico appassionato di vino, un parente o un collega per la sua raffinatezza e il suo gusto.

I vini Alta Langa Docg si distinguono per la loro versatilità. Pinot nero e Chardonnay sono le uve utilizzate, in purezza o in assemblaggio; 30 mesi è il tempo minimo di affinamento sui lieviti in bottiglia, ma sono diversi i produttori che protraggono l'attesa molto oltre la soglia per ricercare una ricchezza che solo il tempo sa donare; l'obbligo del millesimo in etichetta, poi, è un elemento distintivo che lega le bollicine piemontesi all'espressione di una determinata vendemmia.

Le caratteristiche di struttura e complessità regalano ai vini Alta Langa una forza gastronomica che permette diverse e sorprendenti opzioni di pairing. Sia che si stia servendo un antipasto delicato, un primo piatto di pesce o carne o un giro di formaggi, si troverà - curiosando nella sempre più ampia e variegata proposta dei produttori - un'etichetta che si abbina al meglio. E per chi, dopo pranzi e cene importanti, vorrà accomodarsi davanti al fuoco di un camino e sprofondare nella lettura di un buon libro, non mancherà un Alta Langa da meditazione, da scegliere magari tra quelli con un affinamento particolarmente lungo.

Esperienze in Alta Langa

Le colline dell'Alta Langa si trasformano in un luogo incantato durante la stagione natalizia. Le terre alte del Piemonte orientale sono il cuore di una grande civiltà della tavola: non a caso questa regione ha generato movimenti potenti e rivoluzionari, come quello di Slow Food.

Qui la gastronomia può contare su storicità, tecniche e ingredienti senza pari. I produttori del Consorzio accolgono i visitatori nelle loro cantine per degustazioni e visite guidate, offrendo l'opportunità di scoprire l'affascinante mondo delle Alte Bollicine Piemontesi. cod 100600

Consorzio Alta Langa
www.altalangadocg.com



ASTI DOCG
Vini per ogni occasione

Da sempre considerato il vino per eccellenza da abbinare con i dolci delle festività, oggi l'Asti Docg si riscopre versatile, adatto ad ogni portata e pronto per essere consumato in ogni occasione. Anche fuori pasto

Dalle tavole delle feste più popolari agli abbinamenti inediti con la pizza, il sushi e i piatti mediorientali senza dimenticare la contaminazione con la pasticceria moderna e l'arte della miscelazione. L'Asti Docg si presenta tra le denominazioni più futuribili e spontaneamente trendy, con proposte che spaziano dalla mixology con cocktail a base di Asti Spumante alle versioni "naturalmente" low alcol del Moscato d'Asti, protagoniste di pairing innovativi anche in cucina, in grado di intercettare le esigenze dei consumatori più esigenti.

Se lo storico matching tra le bollicine aromatiche e i dolci della tradizione festiva italiana come panettone e pandoro è da sempre vincente, le caratteristiche organolettiche delle produzioni piemontesi permettono di osare con accostamenti inconsueti, che li rendono dei vini a tutto, e anche fuori, pasto adatti ad ogni periodo dell'anno. Già nella tradizione regionale l'Asti Spumante e il Moscato d'Asti venivano stappati con la merenda sinoira, un precursore dell'odierno aperitivo con salumi, formaggi, insaccati, acciughe con la sala verde, torte di verdure e bruschette mentre oggi diversi sommelier li propongono in combo con le ostriche e la cucina agrodolce e speziata tipica dei paesi asiatici.

E l'abbinamento con le ricette salate, anche le più particolari, è sempre più in voga nei ristoranti gourmet di tutto il globo dove l'Asti Spumante e il Moscato d'Asti vengono serviti con i piatti delicati a base di pesce e di verdure, suggeriti con i piatti agrodolci della cucina fusion e usati per rinfrescare il palato dalle pietanze più decise e piccanti.

Una vibrazione versatile, quella dell'Asti, che oggi ricopre un ruolo di primo piano anche nel crescente fenomeno della mixology dove i cocktail a base di Asti Spumante e Moscato d'Asti sono diventati l'alternativa sfiziosa al classico aperitivo con gli amici o ai momenti di convivialità in famiglia che si declinano bene sia nelle calde giornate estive per rinfrescarsi che nei mesi invernali per creare le giuste vibes. cod 100451

Consorzio dell'Asti Docg
0141 594842
www.astidocg.it







DAI FORMA AL GUSTO



Taleggio D.O.P. nasce quadrato ma è pronto a diventare come ti piace! Segui la tua creatività e il tuo appetito: provalo cremoso, filante, croccante, o così com'è, in purezza.



VIENI A SCOPRIRLO





PSR 2014 2020 LOMBARDIA L'INNOVAZIONE METTE RADICI

Regione Lombardia

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali
Attività promozionale cofinanziata con fondi comunitari dal PSR Lombardia 2014-2020

Villa Franciacorta

Cappelletti allo stracotto e Cuvette Millesimato 2018, ed è subito festa!

I cappelletti aperti con farcia di stracotto in cialda croccante e crema di parmigiano preparati dalla chef Camilla Zerbini si sposano alla perfezione con il Cuvette Franciacorta Brut Millesimato 2018 di Villa Franciacorta



Natale fa da sempre rima con tradizione e ricette speciali per le grandi occasioni a cui abbinare bottiglie importanti per brindare a ciò che è stato e al bello che verrà. Villa Franciacorta non fa eccezione, regalando un abbinamento del cuore: un pairing d'eccezione tra Cuvette Franciacorta Brut Millesimato 2018 e i cappelletti con farcia in cialda croccante.

Cuvette è il Cru della maison, ideato dal fondatore Alessandro Bianchi per il matrimonio della figlia Roberta, ora alla guida dell'azienda con il marito Paolo. Un vino concepito per portare sulla tavola emozione e amore, perfetto per celebrare il Natale. Da sempre protagonista dello Sparkling Menu, concorso ideato nel 2001 da Villa Franciacorta, Cuvette, il vino gastronomico per eccellenza, viene declinato a tutto pasto essendo in grado di unire una struttura generosa a una vivace freschezza e intrigante complessità.

L'uvaggio, 85% Chardonnay, 15% Pinot Nero, grazie ai 6 mesi in barriques e ad altri 48 di rifermentazione sui lieviti si presenta con riflessi dorati, perlage fine e persistente, complesso, di ottima struttura e grande freschezza. È perfetto per un abbinamento classico con i cappelletti rivisitati da Camilla Zerbini, chef del Castello dell'Elfo, presentati aperti con una farcia di stracotto, crema di burro e formaggio di montagna; non in brodo, quindi, ma proposti in cialda croccante di pasta brisè. Natale è convivialità e i piatti a base di pasta fresca ripiena evocano la gioia e il ricordo di momenti dal profumo indimenticabile dei piatti della nonna e con Cuvette l'esperienza diventa veramente immersiva. Che la festa abbia inizio. cod 100644



Cuvette Franciacorta Docg Brut Millesimato 2018

Manifesto all'affascinante arte del millesimo, Cuvette è un Franciacorta seducente dove la struttura, generosa e accattivante, si unisce ad una vivace freschezza. È un variopinto acquarello di sensazioni: pesca gialla, mela renetta, nocciola e vaniglia...
Nei suoi profumi si ritrova la dolcezza dell'estate che con armonia si sposa ai caratteri più introversi dell'autunno. Ottenuto da uve Chardonnay (85%) e Pinot Nero (15%). Messa in bottiglia nella primavera successiva all'anno della vendemmia; 6 mesi in barriques e ad altri 48 di rifermentazione sui lieviti.



Villa Franciacorta
030 652329
@villafranciacorta

Cappelletti aperti con farcia di stracotto in cialda croccante e crema di Parmigiano

*Ricetta della chef **Camilla Zerbini** del Ristorante Castello dell'Elfo di Lesignano de' Bagni (Pr)*

Ingredienti (per 6 persone)
Per la pasta: 500 g farina 00, 5 uova, sale q.b.
Per il ripieno di stracotto: 400 g cappello del prete, 1 salamino, sedano, carota, cipolla, olio evo, vino rosso per sfumare, 200 g di Parmigiano Reggiano e 100 g pane grattugiato.
Preparazione: per il ripieno fare un soffritto di sedano, carote e cipolle. Aggiungere tocchetti di cappello del prete di manzo, spuntature e carne di maiale, rosolare e sfumare con vino rosso, coprire con brodo vegetale e cuocere il tempo necessario per ridurre i liquidi. Passare il tutto al tritacarne. Aggiungere uova intere, Parmigiano Reggiano e pane grattugiato. Stendere in strisce la pasta all'uovo, mettere il ripieno in una sac a poche con il buco di mezzo centimetro e stendere il ripieno, arrotolare e tagliare a tocchetti di 1 centimetro, lessare, saltare in padella con abbondante burro e spolverare di Parmigiano. Servire in cialde a cupola di pasta brisè essiccate in forno con salsa al Parmigiano alla base

CANTARIVA

Cà Maiol presenta il nuovo Brut Metodo Classico Lugana Doc



Cà Maiol, la storica cantina situata nel cuore della Lugana, a Desenzano del Garda (Bs), presenta "Cantariva", l'inedito Brut Lugana Doc 2018 realizzato con uve Turbiana lavorate in purezza. Una referenza dal nome evocativo, pensato per ricordare il canto delle bollicine che rendono omaggio alla meravigliosa area da cui provengono: il lago di Garda, un territorio da sempre vocato alla viticoltura le cui sponde sono accarezzate da onde cristalline e brillanti come un calice di spumante Metodo Classico.

Fresco come una promessa di gioia e felicità, capace di regalare un'esperienza di leggerezza e di equilibrio, "Cantariva" è perfetto per celebrare l'amicizia, la gioia di vivere e la condivisione. Un vino amabile che si fa testimone dell'eccellente potenziale evolutivo della Turbiana, vitigno autoctono che l'azienda valorizza con best practice in vigna e in cantina, che permettono al vino di esprimere la propria territorialità e autenticità. Le uve, raccolte tra agosto e settembre, con leggero anticipo per preservarne l'acidità, vengono sottoposte a pressatura soffice e vinificate a temperatura controllata in acciaio; successivamente il vino viene fatto rifermentare in bottiglia per 48 mesi.

Ne risulta uno spumante dalle sfumature dorate, fresco, equilibrato e aromatico, con note di agrumi succosi sfumate dal fior di limone e con un tocco di fragrante pan brioche. Le bollicine di Cantariva sono perfette per accompagnare aperitivi e piatti casual da gustare in compagnia, come un goloso club sandwich, oppure per esaltare i sapori di ricette gourmand come un elegante filetto di San Pietro al gratin.

La nuova identità di Cà Maiol

Per la tenuta, di proprietà di Santa Margherita Gruppo Vinicolo, quella di "Cantariva" è la seconda grande novità dell'anno che si inquadra nel più ampio progetto di rebranding presentato lo scorso aprile con l'obiettivo di raccontare Cà Maiol come protagonista della storia e del futuro della denominazione Lugana Doc.

Dopo le nuove bottiglie di "Prestige" Lugana Doc e "Roseri" Valtenesi Chiaretto Doc presentate nella loro nuova veste lo scorso aprile, arriva dunque "Cantariva" Brut Lugana Doc, uno spumante Metodo Classico la cui effervescenza delicata racchiude la poesia della vita, il piacere e la bellezza. cod 100469

Cà Maiol
030 9910006
www.camaiol.it



LINEA LUXOR

Timeless elegance



info@rastal.it
www.rastal.it

Isabella Rive di Collalto 2022

Charmat lungo che sposa la cucina veneta



Un brut spumantizzato con metodo Charmat: Isabella è punta di diamante tra i top di gamma firmati cantina Collato. Le uve, coltivate nelle Rive di Collalto, regalano uno Charmat lunghissimo, frutto del suo stare sui lieviti dai 9 ai 10 mesi. La produzione conta 6400 bottiglie, rigorosamente numerate. Le uve impiegate per l'Isabella provengono da un ettaro di terreno appena: le famose Rive. Così chiamate perché incastonate dalla sommità della collina Collalto lungo tutto il suo declivio. Intorno, la magia di un bosco verde e lussureggiante a proteggere anche climaticamente le viti.

Proprio in questa collina, mille anni or sono, si sono insediati gli antenati della principessa **Isabella Collalto de Croÿ**, dal 2007 a capo dall'omonima azienda agricola. Isabella è infatti un omaggio alla principessa e anche alla sua famiglia che, per più di 1000 anni, ha saputo conservare e preservare la ricchezza e la bellezza di queste terre. Ci affacciamo sul territorio delle colline del Prosecco, già patrimonio Unesco. Un sigillo di eccellenza che testimonia l'amore e l'importante opera di tutela rivolta al territorio. Oggi come allora, la famiglia Collalto presiede e preserva queste colline con lo stesso grande amore e la stessa attenzione alla sua preziosa biodiversità.

Isabella Riva di Collalto è uno spumante che si accompagna alla perfezione con la cucina tradizionale veneta, abbinato alla ricetta Vialone nano, zucca, gamberi e liquirizia dello chef Alessandro Favrin del Ristorante Seda

Eleganza e qualità

Isabella è un vino che racconta una storia di eccellenza, cura, attenzione. Dopo la lunghissima sosta sui lieviti, il brut viene imbottigliato a fine agosto e lasciato in bottiglia a riposare per ulteriori due mesi, in modo da permettere al vino di completare la sua maturazione. Procedure rigorose: così richiede la tradizione, sinonimo di una qualità che, per scelta aziendale, viene sempre al primo posto.

Il risultato è uno spumante elegante, sobrio, cremoso al palato, con freschi profumi floreali e sensazioni minerali. Complesso e delicato, incisivo ma mai sopra le righe. Un prodotto che si abbina facilmente a piatti di pesce ma anche ai piatti della tradizione veneta. Una bolla così tradizionale, e al tempo stesso decisamente contemporanea, non poteva che essere abbinata a una rivisitazione di un piatto tipico del territorio, il risotto. Questa versione la firma lo chef Alessandro Favrin del ristorante "Seda" a Vittorio Veneto. Gli ingredienti? Riso vialone nano, zucca, gamberi e liquirizia. cod 100744



Vialone nano, zucca, gamberi e liquirizia

*Ricetta dello chef **Alessandro Favrin** del Ristorante Seda di Vittorio Veneto (Tv)*

Ingredienti (per 4 persone): 320 g vialone nano riserva Ferron, 1 l brodo, 50 g vino bianco secco, 220 g purea di zucca, 120 g burro, 50 g parmigiano, 30 g riduzione di gamberi, olio, sale e pepe q.b, 1 lime non trattato

Procedimento: ricavare la purea di zucca cuocendo il vegetale pulito avvolto nell'alluminio, condita con sale, olio extravergine di oliva e pepe. Cuocere in forno a 180° per 1 ora, poi frullare. Tostare il riso in pentola, quando ben caldo sfumare con il vino bianco secco, bagnare quindi con il brodo caldo. Cuocere per 7 minuti, aggiungere la purea di zucca e terminare la cottura per altri 3 minuti. A cottura ultimata, togliere dal fuoco e mantecare il risotto con parmigiano, burro, riduzione di gamberi, olio evo, sale e pepe.

Per la riduzione di gamberi e burro di gamberi

Ingredienti: 400 g gamberi rossi Mazara del Vallo, 200 g burro, 30 g brandy

Procedimento: pulire i gamberi separando le teste dal carapace e dalla coda pulita. Tostare in forno a 160°C le teste di gamberi, nel frattempo in pentola rosolare sedano, carota e cipolla. Aggiungere le teste, sfumare con vino bianco e coprire con acqua e ghiaccio, portare a bollore lentamente e poi togliere dal fuoco e lasciare in infusione per 1 ora. Scolare e far ridurre il liquido lentamente portandolo a consistenza sciropposa. Inserire le code di gambero, il burro e i 50 g di riduzione di gamberi in una busta sottovuoto, chiudere il sacchetto e cuocere a 48°C per 20 minuti. Al momento del servizio scolare i gamberi dal burro mantenendoli al caldo.

Per la riduzione di zucca e liquirizia

Ingredienti: 200 g buccia di zucca, 20 g liquirizia purissima in polvere, 30 g scalogno, 5 foglie di salvia

Procedimento: tostare in forno la buccia della zucca a 200°C per 20 minuti, raffreddare e inserire poi in una busta sottovuoto con lo scalogno affettato e la salvia. Cuocere a 86°C per 3 ore, raffreddare e lasciar riposare in frigo per 24 ore, scolare molto bene e far ridurre il liquido aggiungendo la polvere di liquirizia. Disporre alla base del piatto il risotto allargandolo, posizionarci sopra le code di gambero, il ristretto alla zucca e liquirizia, infine grattugiare la buccia di un lime su ogni piatto.

Isabella Rive di Collalto Prosecco Superiore Docg

Visivamente il colore ha raffinata tonalità giallo paglierino tenue, le bollicine sono finissime e persistenti.
L'olfatto, molto accattivante, si distingue per eleganza e finezza, ben definito e preciso. Evidenzia profumi floreali, fruttati, freschi, con note che riconducono a sensazioni minerali; presenti i sentori fragranti, di lievito, ma ben amalgamati, non dominanti.
Al palato un immediata piacevolezza e serbevolezza, l'effervescenza ricca, fine e cremosa e morbida. Ottime l'intensità e la persistenza, con un suadente finale.



Conte Collalto
0438 435811
www.cantine-collalto.it



Col Vetoraz

Una magnifica storia di terra, uomini e bollicine

Valdobbiadene, paradiso della Glera, è una terra preziosa e unica, da difendere con estrema cura. In questo territorio speciale affonda le radici Col Vetoraz, che ha fatto del legame con le sue origini un punto di distinzione.

Sono solo quindici i comuni che fanno parte di questo anfiteatro naturale, un luogo in cui la perfetta combinazione tra microclima e terreni ricchi di minerali conferisce all'uva Glera la giusta freschezza ed eleganza per ottenere vini dalle caratteristiche uniche.

Da questa terra nascono spumanti iconici, punta di diamante dell'enologia veneta, capaci di coniugare sfumature aromatiche e piacevolezza, che li hanno resi celebri nel mondo. Complici di indimenticabili momenti di condivisione e interpreti perfetti della natura intrinseca del Valdobbiadene Docg: tra questi ne selezioniamo due che si pongono agli estremi opposti in termini di concentrazione del rispettivo residuo zuccherino, il Valdobbiadene Docg Superiore di Cartizze e il Valdobbiadene Docg Extra Brut Ø.


Loris Dall'Acqua, Francesca Miotto, Francesco Miotto, Daniele Miotto e Paolo de Bortoli

Il **Valdobbiadene Docg Superiore di Cartizze** proviene dai migliori vigneti dell'omonima area adiacente alla sede dell'azienda, la cui ristretta estensione, solo 106 ha, limita la produzione a esigue quantità. Vellutato e aromatico, con un perlage sottile ed elegante, ha un profumo intenso in cui spicca la delicatezza del mix di fiori e frutta matura. Un abbinamento inusuale ma d'effetto è quello con un piatto tipico della migliore tradizione veneta, la sopressa.

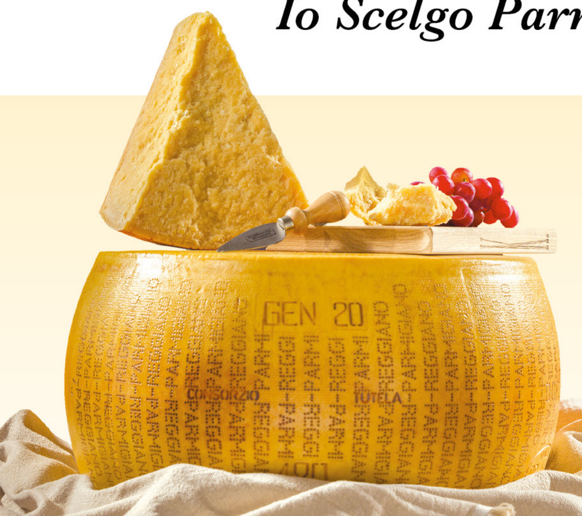
Il **Valdobbiadene Docg Extra Brut Ø** è il risultato di un grande lavoro volto a mantenere le caratteristiche di aromaticità, morbidezza e leggiadria tipiche della zona di origine. È un vino che pur se decisamente secco sa mantenersi rotondo, armonico e morbido, privo di sentori amari e corrispondente alle aromaticità percepite all'olfatto. Re dell'aperitivo, è vincente l'abbinamento con i piatti di crostacei. cod 100013

Col Vetoraz
0423 975291
www.colvetoraz.it



Il tuo Ristorante offre *qualità* e *conoscenza?*

Allora entra a far parte di
Io Scelgo Parmigiano Reggiano Restaurant!



Il Consorzio del Parmigiano Reggiano intende valorizzare i locali che somministrano ai propri clienti il Parmigiano Reggiano e lo sappiano raccontare, offrendo **visibilità** sui propri canali digitali (da oltre 900.000 visitatori all'anno), **libri e corsi gratuiti, merchandising, targhe e tanto altro**. Non vengono richiesti ne fee, ne minimi di acquisto; solo passione e coerenza!

Un'occasione per distinguersi e valorizzare la qualità.

Per tutti i dettagli dell'iniziativa, consultate la pagina:
parmigianoreggiano.com/it/cucina/cucina-io-scelgo
o questo QR Code.



O scrivi a: *marketing@parmigianoreggiano.it*

PARMIGIANO REGGIANO

Quello *vero* è uno *solo*.



CHAMPAGNE PERRIER-JOUËT

Due limited edition firmate Fernando Laposse

Ogni anno dal 2012, Maison Perrier-Jouët commissiona a talenti creativi sia affermati che emergenti, con i quali condivide la stessa visione della natura, un'opera che reinterpreti il proprio patrimonio Art Nouveau nel XXI secolo. Per il 2023, la Maison è lieta di annunciare la sua collaborazione con l'artista e designer messicano Fernando Laposse, che ha creato un'installazione ispirata ai fiori e al processo dell'impollinazione. Questa collaborazione riflette la visione dello champagne, l'amore per l'arte e per la natura di Pierre-Nicolas Perrier e Rose-Adelaide Jouët, che hanno fondato la Maison Perrier-Jouët nel 1811. Passioni che hanno trasmesso alle successive generazioni: dopo il figlio, Charles Perrier, il compito di mantenere viva questa eredità è passato nelle mani di Henri e Octave Gallice.

I due fratelli, collezionisti d'arte ed esteti, incontrarono nel 1902 Emile Gallé. Noto botanico, è stato uno dei pionieri dell'Art Nouveau, movimento artistico che considerava la natura una fonte di ispirazione. Emile Gallé decorò una magnum di champagne con un anemone bianco giapponese, evocando lo stile floreale di Perrier-Jouët. Oggi, questo fiore è diventato simbolo della relazione tra arte e natura che ha caratterizzato la Maison fin dai suoi inizi.

Nel 2023 Maison Perrier-Jouet continua a evidenziare il bisogno di (ri)pensare la relazione con la natura attraverso la partnership creativa con **Fernando Laposse**, con cui condivide la visione di un mondo nel quale tutte le specie, uomo incluso, sono di ugua-

le importanza e che dalla collaborazione tra tutte queste forme di vita, possano emergere potenziali soluzioni per affrontare le sfide ambientali attuali, creando un futuro più luminoso.

Nella sua installazione, Fernando Laposse, racconta il ruolo del fiore nell'ecosistema, concentrandosi sul processo di impollinazione e sulle complesse e armoniose interazioni tra piante, insetti e animali. L'impollinazione è la connessione essenziale tra i protagonisti in questo prezioso ed effimero evento, che rappresenta una celebrazione della vita.



Perrier-Jouët Blanc de Blancs

Le due limited edition firmate Laposse

La pratica artistica di Fernando Laposse si compone di progetti stimolanti che mirano ad aumentare la consapevolezza riguardo le sfide ecologiche sia a livello locale che globale e hanno contemporaneamente una dimensione culturale, storica, sociale, politica e ambientale. Negli ultimi dieci anni, l'artista ha lavorato con agricoltori autoctoni nel Messico sud-orientale per sviluppare nuovi materiali e sistemi di produzione di cui beneficeranno la comunità locale e l'ambiente. Il suo approccio dimostra che il design può essere una forza per il cambiamento.

L'installazione di Fernando Lapossesarà esposta a Design Miami/ dal 6 al 10 dicembre 2023, nel contesto della partnership della Maison Perrier-Jouët con la fiera d'arte leader a livello mondiale. Inoltre, Maison Perrier-Jouët ha presentato due limited edition - per Perrier-Jouët Blanc de Blancs e Perrier-Jouët Belle Epoque 2015 - create da Fernando Laposse e ispirate alla sua installazione.



Perrier-Jouët Belle Epoque 2015

Chi è Fernando Laposse

Fernando Laposse è un artista e designer messicano residente a Londra, che ha studiato alla Central Saint Martins come product designer. È specializzato nella trasformazione di materiali naturali umili in creazioni di design, lavorando ampiamente con fibre vegetali sottovalutate come la sisal, la luffa e le foglie di mais. Spesso lavora con comunità indigene in Messico, suo Paese natale, per creare opportunità di lavoro locali e aumentare la consapevolezza riguardo le sfide che è necessario affrontare in un mondo globalizzato. cod 100787

Champagne Perrier-Jouët
***distribuito da:* Marchesi Antinori**
055 23595
www.perrier-jouet.com

THE CHAMPAGNE & SPARKLING WINE WORLD CHAMPIONSHIPS 2023



Trionfo dell'Italia al mondiale delle bollicine

di ***Giuseppe Casagrande***

Campioni del mondo, campioni del mondo, campioni del mondo urlò per tre volte l'11 luglio 1982 Nando Martellini al triplice fischio che decretò il trionfo degli Azzurri sulla Germania a Madrid nella finale dei mondiali di calcio in Spagna. Possiamo ripetere lo stesso urlo dopo il trionfo del Trentodoc che si è aggiudicato 26 medaglie d'oro sbaragliando tutti i concorrenti (Francia compresa) al campionato mondiale "The Champagne & Sparkling Wine World Championships 2023", il Concorso londinese ideato da **Tom Stevenson**. È l'ennesima conferma dell'eccellenza raggiunta dalle bollicine di montagna del Trentino in campo nazionale e internazionale. Bene, anzi benissimo, complessivamente, anche le bollicine Metodo Classico italiano di altri territori della Penisola che hanno conquistato il gradino più alto del podio con 74 medaglie d'oro. Surclassati i cugini francesi che di medaglie d'oro ne hanno conquistate solo 43.

L'elenco completo dei vini premiati è disponibile su www.italiaatavola.net: cerca il codice articolo cod 99510

Il confronto tra Giulio Ferrari Riserva del Fondatore e Dom Pérignon

Chi l'avrebbe detto solo qualche anno fa? In effetti una anticipazione si era avuta già vent'anni fa in occasione del confronto tra il Giulio Ferrari Riserva del Fondatore e il mitico Dom Pérignon, un confronto-sfida di diverse annate che si concluse con un salomonico pareggio.

Quest'anno, edizione 2023 del Concorso londinese, l'Italia ha conquistato 74 medaglie d'oro su 170. A guidare il medagliere e a fare la

THE CHAMPAGNE & SPARKLING WINE WORLD CHAMPIONSHIPS 2023 | GLI ORI ITALIANI

Altemasi	Graal Magnum 2016	*Trentodoc*
Altemasi	Blanc de Noirs Magnum 2019	*Trentodoc*
Andreola	Dry Vigna Ochera 2021	*Valdobbiadene Prosecco sup. Docg Rive di Rolle*
Andreola	Dirupo Brut 2022	*Valdobbiadene Prosecco sup. Docg*
Andreola	Mas de Fer Rive di Soligo Extra Dry 2022	*Valdobbiadene Prosecco sup. Docg Rive di Soligo*
Milazzo	Federico II Magnum 2016	*VSQ Sicilia*
Milazzo	Gran Cuvée	*VSQ Sicilia*
Milazzo	Brut Magnum Classico	*VSQ Sicilia*
Milazzo	Riserva V38AG	*VSQ Sicilia*
Milazzo	V38AG - A19D Magnum	*VSQ Sicilia*
Milazzo	Riserva V38AG - B20	*VSQ Sicilia*
Milazzo	Riserva V38AG - B20D Magnum	*VSQ Sicilia*
Ca'del Bosco	Annamaria Clementi Magnum 2014	*Franciacorta Docg*
Ca'del Bosco	Cuvée Prestige Edizione 45 Magnum	*Franciacorta Docg*
Ca'del Bosco	Cuvée Prestige R.S. Edizione 36	*Franciacorta Docg*
Cantina Aldeno	Altinum Magnum 2018	*Trentodoc*
Cantina Aldeno	Altinate Bio Vegan 2018	*Trentodoc*
Cantina d'Isera	Isera 907 Riserva 2016	*Trentodoc*
Cantina Michele Sartori	Extra Brut 2019	*Trentodoc*
Cantina Zucchi	Etichetta Bianca 2022	*Lambrusco di Sorbara Dop*
Castello di Gussago	Club Cuvée 2017	*Franciacorta Docg*
Corte Manzini	Amabile	*Lambrusco Grasparossa di Castelvetro Dop*
Cuvage	Brut Metodo Classico Magnum 2019	*Alta Langa Docg*
Cuvage	Brut Metodo Classico 2019	*Alta Langa Docg*
Cuvage	Acquesi Asti	*Asti Docg*
Dubl	Brut Edition I	*VSQ Campania*
Endrizzi	Brut Magnum 2018	*Trentodoc*
Endrizzi	Piancastello Riserva Magnum 2018	*Trentodoc*
Ferrari Trento	Perlé Bianco Riserva Magnum 2015	*Trentodoc*
Ferrari Trento	Riserva Lunelli 2015	*Trentodoc*
Ferrari Trento	Perlé Magnum 2016	*Trentodoc*
Ferrari Trento	Perlé Rosé Riserva Magnum 2016	*Trentodoc*
Ferrari Trento	Brut	*Trentodoc*
Ferrari Trento	Brut F1 Edition	*Trentodoc*
Ferrari Trento	Brut Magnum	*Trentodoc*
Ferrari Trento	Maximum Blanc de Blancs Magnum	*Trentodoc*
Ferrari Trento	Maximum Rosé	*Trentodoc*
Firriato	Gaudensius Blanc de Noir	*Etna Doc*

THE CHAMPAGNE & SPARKLING WINE WORLD CHAMPIONSHIPS 2023 | GLI ORI ITALIANI

Fratelli Berlucchi	Freccianera Nature Magnum 2017	*Franciacorta Docg*	○
Fratelli Berlucchi	Freccianera Brut Magnum 2018	*Franciacorta Docg*	○
Fratelli Berlucchi	Brut 25 Magnum	*Franciacorta Docg*	○
Guido Berlucchi	Berlucchi '61 Extra Brut	*Franciacorta Docg*	○
Guido Berlucchi	Berlucchi '61 Rosé Magnum	*Franciacorta Docg*	○
Guido Berlucchi	Berlucchi '61 Rosé	*Franciacorta Docg*	○
Guido Berlucchi	Berlucchi '61 Satèn	*Franciacorta Docg*	○
Kettmeir	Athesis Brut Magnum 2019	*Alto Adige Doc*	○
Kettmeir	Athesis Brut 2019	*Alto Adige Doc*	○
Kettmeir	Athesis Brut Rosé Magnum 2019	*Alto Adige Doc*	○
Kettmeir	Athesis Brut Rosé 2020	*Alto Adige Doc*	○
La Montina	Brut 2018	*Franciacorta Docg*	○
Lantieri de Paratico	Extra Brut Arcadia Magnum 2018	*Franciacorta Docg*	○
Lantieri de Paratico	Extra Brut Arcadia 2019	*Franciacorta Docg*	○
Lantieri de Paratico	Brut	*Franciacorta Docg*	○
Lantieri de Paratico	Extra Brut	*Franciacorta Docg*	○
Lantieri de Paratico	Satèn	*Franciacorta Docg*	○
Le Bertole	Cuvée Blanche	*Trentodoc*	○
Letrari	Brut Rosé 2019	*Trentodoc*	○
Madonna delle Vittorie	Brut Rosé	*Trentodoc*	○
Man Spumanti	Brut Millesimato 2019	*Trentodoc*	○
Maso Martis	Madame Martis 2013	*Trentodoc*	○
Mirabella	Satèn Millesimato 2018	*Franciacorta Docg*	○
Muratori	Brut Magnum	*Franciacorta Docg*	○
Pezzuoli	Pietrarossa 2022	*Lambrusco di Sorbara Dop*	●
Romantica	Extra Brut 2019	*Franciacorta Docg*	○
Rotari	AlpeRegis Pas Dosé Magnum 2015	*Trentodoc*	○
Rotari	AlpeRegis Brut Magnum 2016	*Trentodoc*	○
Rotari	AlpeRegis Extra Brut 2016	*Trentodoc*	○
Rotari	Scandinavia Brut Riserva Magnum 2018	*Trentodoc*	○
Tenuta Amadio	Extra Dry 2022	*Asolo Prosecco sup. Docg*	○
Turra	Brut 2016	*Franciacorta Docg*	○
Valdo Spumanti	Cuvée Viviana	*Valdobbiadene Prosecco sup. di Cartizze Docg*	○
Valdo Spumanti	Cuvée del Fondatore 2021	*Valdobbiadene Prosecco sup Docg*	○
Vezzelli Francesco	Morosa 2021	*Lambrusco di Sorbara Dop*	●
Vezzelli Francesco	Il Selezione 2022	*Lambrusco di Sorbara Dop*	●
Zanasi	Bruno Zanasi 2022	*Lambrusco Grasparossa di Castelvetro Dop*	●

parte del leone è il Trentodoc con ben 26 medaglie d'oro: nove portano la firma della maison spumantistica Ferrari (Ravina di Trento), la cantina italiana "number one" che, più volte, ha vinto il titolo come miglior produttore del concorso, conquistando una serie di prestigiosi allori.

Premiate, in particolare, le annate 2015 e 2016 del Perlé Bianco, del Perlé Rosé, la Riserva Lunelli, il Maximum Blanc de Blancs, il Maximum Rosé e i Brut Trentodoc, tutti gioielli realizzati in quegli anni dallo "chef de cave", oggi neopensionato, Ruben Larentis.

Exploit di Rotari: 4 ori. Premiati con 2 ori Aldeno, Endrizzi, Letrari e Cavit

Oltre a Ferrari va segnalato l'exploit della Cantina Rotari del Gruppo Mezzacorona premiata con 4 medaglie d'oro. Due medaglie d'oro hanno conquistato la Cantina di Aldeno, la Cantina Endrizzi, l'Azienda agricola Letrari e la Càvit con l'Altemasi. Una medaglia d'oro a testa è stata assegnata a Maso Martis, alla Cantina Madonna delle Vittorie di Arco, alla Cantina di Isera e a due new entry: la Cantina di Michele Sartori di Tenna con vigneti sulle terrazze del Lago di Caldonazzo e la cantina Man Spumanti di Mattia Clementi a Verla di Giovo in Val di Cembra che conferma così la vocazione spumantistica di questo territorio di montagna.

Franciacorta, 21 ori, 4 a Kettmeir (Caldaro)

Al secondo posto, dopo il Trentino, territorio d'eccellenza quanto mai vocato alla spumantistica, troviamo un'altra denominazione di assoluto prestigio: la Franciacorta, con 21 medaglie d'oro, seguita poi da una esplosione di bollicine del Belpaese. Da standing ovation anche la performance della Cantina altoatesina Kettmeir di Caldaro del Gruppo vitivinicolo Santa Margherita della famiglia Marzotto (proprietaria anche di Cà del Bosco) premiata con 4 medaglie d'oro, mentre il Prosecco Superiore Docg Conegliano Valdobbiadene prosegue la sua marcia trionfale (non solo per il boom di bottiglie prodotte che ormai sfiorano quota 800 milioni): ha conquistato 5 medaglie d'oro. A seguire troviamo poi l'Alta Langa, l'Asti e il Lambrusco. Non mancano riconoscimenti anche per alcuni vitigni autoctoni, soprattutto del Meridione d'Italia, che continua a crescere. Da segnalare, in particolare, i 7 ori conquistate dall'Azienda Agricola Giuseppina Milazzo di Campobello di Licata (Ag).

La decima edizione di questo campionato mondiale, concorso considerato il più autorevole e prestigioso in campo internazionale, nonché severo per i giudizi rigorosi dei componenti la giuria di qualificati esperti per il settore specifico degli spumanti, ha assegnato anche 218 medaglie d'argento, di cui ben 117 sono state conquistate dall'Italia e ben 36 portano, ancora una volta, la firma delle bollicine di montagna Trentodoc. Un trionfo.

Nel medagliere, segue la Francia, che ha portato a casa 43 medaglie d'oro e 48 medaglie d'argento, mentre l'Inghilterra ha conquistato il terzo posto nella classifica generale con 11 medaglie d'oro e 15 d'argento, seguita dall'Australia e dalla Spagna, che hanno ottenuto 11 medaglie d'oro e 11 d'argento a testa. La giuria ha giudicato oltre 1.000 spumanti provenienti da ben 40 territori di 19 Paesi di tutto il mondo.



Tom Stevenson: «Stellare la performance del Trentodoc»

«Ancora una volta il concorso Champagne & Sparkling Wine World Championships ha visto una performance stellare da parte del Trentodoc - ha commentato il fondatore e presidente del Concorso londinese Tom Stevenson - In dieci anni questo concorso ha stabilito senza ombra di dubbio chi sono i migliori produttori di spumanti del mondo grazie ai loro vini, che si aggiudicano costantemente i massimi riconoscimenti, ma ogni anno porta al successo nuove Regioni e nuovi produttori in territori ormai consolidati. Posso dire con onestà che viviamo in un'epoca d'oro per lo spumante. L'aspetto più sorprendente è che i vincitori delle medaglie provengono sia dai produttori più grandi sia da alcuni dei più piccoli, sia da quelli più affermati sia dai nuovi arrivati. Congratulazioni a tutti i vincitori delle medaglie». cod 99510

Giulio Ferrari Trentodoc Riserva del Fondatore

Chardonnay dai preziosi riflessi dorati su un giallo brillante. Il perlage è finissimo e persistente. Bouquet intenso e complesso, dalla mineralità spiccata, arricchita da sentori esotici. Alle percezioni di cioccolato bianco e nocciola seguono note balsamiche e preziose pennellate di spezie, cera d'api e miele. In bocca Fastose suggestioni scaturiscono dal corpo cremoso e vellutato, con fragranze di miele di acacia accompagnate a note di frutta esotica. L'invecchiamento ultradecennale sui lieviti conferisce un finale di gran complessità, che colpisce per eleganza e freschezza.



Ferrari Trento
0461 972311
www.ferraritrento.com

Rotari Alperegis Trentodoc Extra Brut

AlpeRegis è dedicato agli amanti della buona cucina e del buon vivere. Chardonnay in purezza, affinamento sui lieviti per oltre 72 mesi. Colore giallo paglierino brillante dai riflessi dorati, al naso si esprime con note intense di frutta matura, mela golden e ananas. Aromi di crosta di pane date dal lungo affinamento in bottiglia completano il ventaglio di profumi che nel finale richiamano anche frutta secca, noci, nocciole e ricordi minerali. Al palato il sapore è inteso e fragrante. Il sorso è equilibrato con finale asciutto e minerale, di gran piacevolezza e persistenza.



Rotari - Mezzacorona
0461 616399
www.mezzacorona.it

Valdobbiadene Docg Extra Dry Cuvée 13 Col Vetoraz

Frutto di 25 anni di esperienza, è ottenuto dalla selezione di 13 vigne scelte su 102 delle colline pedemontane del Conegliano Valdobbiadene Docg. Ognuna di queste uve possiede specifiche peculiarità, sono state vinificate separatamente, e solo successivamente unite per ottenere un insieme di profondo spessore da cui vengono create le cuvées.
Ottimo per l'aperitivo, si abbina bene a piatti di pesce e verdure o anche nei primi come cappelletti in brodo o risotto con il branzino. Da provare con i piatti della tradizione dal gusto gentile.



Col Vetoraz
0423 975291
www.colvetoraz.it

Cartizze Superiore di Valdobbiadene Marsuret

Una gemma proveniente dai vigneti nel cuore della piccola e celeberrima collina denominata "Cartizze".
Profumo intenso e delicato di fiori e frutta matura. Gusto amabile, setoso, armonico e gradevolmente aromatico. Ideale con i dessert, accompagna bene i dolci secchi e davvero splendido in tutte le occasioni importanti. Un piacere elegante e raffinato. Giallo paglierino scarico brillante, con perlage vivace e persistente. Al naso leggermente aromatico con sentori di fiori e frutta matura.
Al palato amabile, armonico, setoso e gradevolmente aromatico



Marsuret
0423 900139
www.marsuret.it

Annamaria Clementi 2015 Franciacorta Docg

Creato per la prima volta nel 1979, anno del primo millesimato di Ca' del Bosco, ottenuto prevalentemente da uve Chardonnay a cui si aggiungono Pinot Bianco e Pinot Nero. Nel 1989 prende il nome di Cuvée Annamaria Clementi Riserva, in onore della fondatrice e madre di Maurizio Zanella. Color paglierino intenso, con sfumature oro e finissimo perlage, al naso sensazioni dolci di fiori bianchi e frutta matura, vaniglia, croccante alla mandorla, pompelmo, propoli e coriandolo. Avvolgente al palato, in equilibrio tra acidità, sapidità e mineralità. Lunghissimo il finale.



Ca' Del Bosco
030 7766111
www.cadelbosco.com

Dom Pérignon Champagne Rosé Vintage 2009

Dopo iniziali e fugaci aromi di rosa, olio d'arancia e zafferano, il bouquet diventa più caldo, dominato da frutti rossi - lampone e ciliegia - e da note scure di cassis e fico. Alla fine trionfa la dolcezza, con note di pan di zenzero e liquirizia. Al palato il frutto è maestoso, maturo, carnoso e profondo. Dopo una prima sensazione di morbidezza e rotondità, il vino si apre nel cuore del palato, adagiandosi come un'intima carezza. La potenza è contenuta e l'impressione dominante è la coerenza. Le sensazioni sapide convergono e persistono, lasciando il ricordo della loro impronta tattile.



Moët Hennessy Italia
02 6714111
www.domperignon.com

Krug Champagne Grand Cuvée 171ème Édition

Un blend di 131 vini di 12 annate differenti, la più recente delle quali è la 2015, mentre la più vecchia risale al 2000. Per creare questa edizione, la Chef de Caves ha cercato di accentuare le variegate ed eleganti espressioni aromatiche dell'anno con vini di riserva da diversi appezzamenti e da annate diverse. Colore dorato, bollicine fini e vivaci, un'autentica promessa di piacere. Aromi di fiori appena sbocciati, frutta matura e secca, marzapane, pan pepato e agrumi. Note grigliate e sapori di pasta di mandole, mela cotogna, limone, limoncello e frutta secca.

Dom Ruinart Champagne Blanc de Blancs 2010

A prima vista si presenta con un colore giallo oro, con lievi riflessi verde acqua e un'effervescenza fine e persistente.
Al primo naso emerge una nota cipriata, floreale e minerale che evoca l'universo chypre della profumeria. Al secondo naso riunisce note tostate e speziate come il macis della noce moscata, nocciola, mandorla tostate e un accenno di caffè. In bocca, aromi di foglie di fico si mescolano a note di tè nero e spezie fresche. Il vino persiste con un finale fresco caratterizzato da un'elegante nota amara.

Veuve Clicquot Champagne Rosé

Nel 1818, Madame Clicquot rompe con la tradizione e crea il primo champagne Rosé per assemblaggio in assoluto nella regione della Champagne. La Cuvée si fonda sul tradizionale blend Yellow Label, completato con un 12% di vino rosso Pinot Noir, selezionato per apportare forza e ricchezza aromatica. Colore arancione ramato. Profumo espressivo caratterizzato da aromi di fragola e fragoline di bosco molto mature. Al palato è corposo, strutturato e vinoso mantendendo un'inalterata freschezza. Lunghezza e carattere sono il suo biglietto da visita.







Moët Hennessy Italia
02 6714111
www.krug.com

Moët Hennessy Italia
02 6714111
www.ruinart.com

Moët Hennessy Italia
02 6714111
www.veuveclicquot.com

Knorr SINCE 1838 PROFESSIONAL

Fondi e leganti Knorr Professional
L'aiuto ideale per i tuoi piatti migliori

Knorr Fondo Bruno legato granulare senza glutine:



- Già legato quindi pronto all'utilizzo;
- può essere utilizzato in ogni momento della preparazione;
- senza glutine e senza glutammato;
- la demi-glace ideale per accompagnare i piatti di carne.



Scarica il ricettario Knorr, tanti suggerimenti e idee da utilizzare nella tua cucina



Unilever Food Solutions

Scopri di più su **ufs.com**

Support. Inspire. Progress.

I Prosecchi eroici premiati al Mondial des Vins Extrêmes



È giunto alla 31ª edizione il Mondial des Vins Extrêmes, il concorso internazionale dedicato ai vini eroici organizzato dal Cervim-Centro di ricerca, studi, salvaguardia, coordinamento e valorizzazione per la viticoltura montana, con il patrocinio dell'OIV (Organisation Internationale de la Vigne et du Vin).

Ben 46 Grandi medaglie d'oro e 238 Medaglie d'oro: questi i riconoscimenti assegnati dai 45 tecnici degustatori internazionali nel corso delle degustazioni tenutesi il 28 e 29 settembre scorso. 863 i vini iscritti da 319 aziende provenienti da 26 paesi del mondo. E, oltre alle medaglie, sono stati assegnati anche 19 premi speciali oltre al Premio Vinofed stabilito dall'omonima federazione dei grandi concorsi enologici internazionali di cui il Mondial des Vins Extrêmes fa parte.

L'elenco completo dei vini premiati è disponibile su www.italiaatavola.net: cerca il codice articolo cod 100072

Valdobbiadene Docg Sui Lieviti 2022

Sui Lieviti nasce dalla Vigna Croset, un vigneto centenario nel cuore delle Colline di Valdobbiadene. È uno spumante ottenuto da una rifermentazione in bottiglia e caratterizzato dalla presenza di lieviti che lo rendono naturalmente velato. Colore paglierino intenso. Perlage delicato e setoso, persistente. Profilo aromatico molto complesso e diversificato dalle note floreali e fruttate fino al miele di acacia e al fieno. Al palato si presenta armonico, completo e morbido anche in totale assenza di zuccheri residui, sapido e minerale. Un vino sicuramente molto gastronomico.



Vedova Tarcisio
335 8223082
www.vedovatarcisio.it

Trèser Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut

Trèser Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut prodotto esclusivamente con uve di proprietà della famiglia Pederiva raccolte a mano tra i ripidi vigneti di Combai, ad un'altitudine che va dai 300 ai 520 m slm.
All'aspetto è giallo paglierino scarico con riflessi verdognoli e perlage fine e persistente.
Sentori di fiori bianchi, mela e pera ne caratterizzano il profumo.
Suadente e secco al gusto, snello e croccante al palato invita al brindisi.
È ottimo come aperitivo, ma può anche essere servito per aprire pranzi, soprattutto a base di pesce.



Serre di Pederiva
0438 893502
www.proseccoserre.com



Cosa rende uniche le Prugne della California?

Tutto.

Scegliete la frutta essiccata di prima qualità come le Prugne della California.
Assicuratevi che sull'etichetta ci sia la denominazione d'origine "California" e/o "USA".
Il 60% degli italiani che consumano frutta secca ha riferito che preferisce acquistare Prugne della California/USA*.

Attività in Italia





Se siete interessati all'acquisto di Prugne della California o a maggiori informazioni visitate **californiaprunes.net/it/trade**

@PrugneDellaCalifornia @prugne_della_california



*Studio promosso online dal California Prune Board con Rose Research durante il mese di Luglio 2021. Condotto su un panel rappresentativo di 401 consumatori italiani (donne e uomini) tra i 16 e i 75 anni che vivono a Milano e hanno acquistato frutta secca.

Feste in tavola

Il pesce sposa le bollicine



La cucina regionale si esprime in tutte le sue sfaccettature nel periodo natalizio e la cena del 24 è un momento cruciale per le feste. Dal capitone al salmone, dalle alici fritte alla mousse di sgombro, ma anche dei bei gamberi o il baccalà. Quali sono i piatti tipici? Da nord a sud, ecco cosa portano in tavola gli italiani

Il pesce rappresenta un alimento indubbiamente salutare, profondamente radicato nelle tradizioni gastronomiche italiane. La sua qualità, associata alla purezza delle nostre acque e al fatto che l'Italia sia uno dei Paesi europei con il maggior chilometraggio di coste, ne fa una materia prima essenziale nella cucina italiana. I cuochi, grazie alla loro formazione e alla versatilità del pesce, utilizzano diverse tecniche di cottura, contribuendo così a consolidare la sua presenza nella ristorazione del paese.

E uno degli abbinamenti dei piatti a base di pesce, soprattutto in vista delle feste, è sicuramente con le bollicine. Nelle pagine precedenti abbiamo già visto molti esempi di vini di altissima qualità, dal nord al sud Italia e anche all'estero. Durante questa festività, vengono rispettate le tendenze e le tradizioni culinarie tramandate di generazione in generazione. Mentre le usanze legate al Natale variano, c'è un elemento comune in tutta l'Italia: alla Vigilia, è tradizione evitare rigorosamente la carne a favore del pesce. Questa scelta è radicata in motivazioni di carattere religioso, richiedendo una riflessione approfondita nel contesto della tradizione natalizia italiana.



Tradizioni natalizie lungo lo Stivale

In tutta la Penisola, le festività natalizie portano con sé una vasta gamma di piatti e tradizioni culinarie. Il Centro-Sud solitamente celebra i Cenoni della Vigilia (sia a Natale che a Capodanno), mentre al Nord l'attenzione è maggiormente focalizzata sui pranzi del 25 dicembre e del primo gennaio. Nonostante qualche elemento comune, come panettoni, pandori e frutta secca, le abitudini alimentari variano. Tuttavia, il pesce è spesso protagonista, soprattutto nelle cene delle Vigilie.

Al Nord, i piatti a base di prodotti ittici sono diversificati: dal cappon magro, un'antica ricetta ligure a base di pesce e verdure, all'anguilla al cartoccio tipica della Lombardia, alla polenta con il baccalà, presente sulle tavole venete, e ai piatti a base di pesce conservato tipici del modenese, come gli spaghetti con tonno, sgombro, acciughe e pomodoro.

Nel Centro Italia, le tradizioni culinarie a base di pesce emergono nel Lazio, con il capitone immancabile, e a Roma in particolare con la minestra di pesce o la pasta broccoli e razza. Ci sono anche piatti come gli spaghetti con le alici, l'anguilla fritta o marinata. In Molise, spiccano il brodetto alla termolese, a base di pesce, e il baccalà arracanato. Il baccalà e lo stoccafisso sono consumati tradizionalmente in molte regioni durante le festività.

Al Sud, le tradizioni culinarie legate al mare si intensificano. In Campania, ➔



la Vigilia non può prescindere dal capitone, con una leggenda legata a questa usanza che simboleggia la vittoria su Satana, il quale assunse la forma di un serpente per tentare Eva. Anche lo spaghetto con le vongole è un piatto imprescindibile. In Basilicata, Calabria e Puglia, numerose sono le ricette tradizionali a base di pesce. Nella Puglia, ad esempio, le pettole, frittelle di pasta lievitata, sono farcite con pomodori, capperi, alici, gamberi, cime di rapa e ricotta.



Anche nelle isole, i piatti tradizionali a base di pesce non mancano. In Sicilia, la pasta con le sarde a beccafico è molto consumata. In Sardegna, le tartine con maionese e gamberetti e la bottarga sono popolari, così come lo "Iscabecciu", una frittura di piccoli pesciolini impanati con semola di grano duro. Altri piatti tipici sardi includono sardine ripiene, polpo lesso e le Orziadas, anemoni di mare impanati e fritti. La fregola coi frutti di mare è un piatto immancabile.

Salmone, Caviale e Frutti di mare sempre più sulle tavole per il Natale

Il Natale è un momento magico in cui le tavole si vestono di eleganza e si trasformano in vere e proprie oasi gastronomiche. Tra le prelibatezze che sempre più (vera innovazione degli ultimi anni) occupano un posto d'onore durante le festività natalizie, il salmone, il caviale e i frutti di mare emergono come autentiche delizie culinarie, portando in tavola sapori pregiati e raffinati. Un modo di integrare la tradizione.



Il salmone, con il suo colore vibrante e il suo sapore ricco, diventa protagonista di antipasti e piatti principali, arricchendo le tavolate natalizie con la sua versatilità. La sua presenza può declinarsi in molteplici forme: affumicato, marinato, grigliato o cotto al forno. Un antipasto di salmone affumicato, magari



Coda Nera, l'eccellenza del salmone affumicato

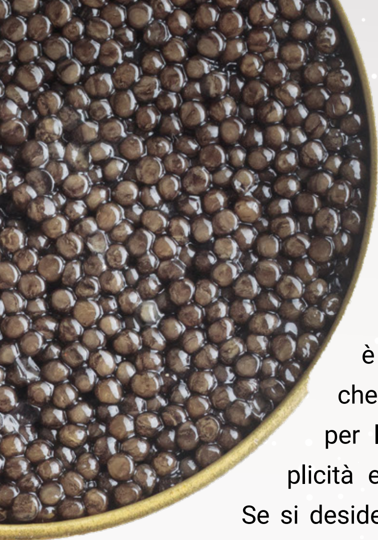
Un prodotto che si contraddistingue per il suo sapore delicato e raffinato, privo di coloranti, additivi, zuccheri e con un basso contenuto di grassi. I salmoni Coda Nera sono allevati nelle acque fredde e limpide dei fiordi norvegesi, senza l'uso di antibiotici, dove occupano solo il 2,5% del volume complessivo.

Coda Nera adotta un metodo di lavorazione artigianale, dalla filettatura a mano alla leggera salatura, ogni passaggio è eseguito con la massima cura. La lenta asciugatura e i lunghi tempi di maturazione conferiscono al salmone affumicato Coda Nera un sapore unico.

La linea offre tre versioni: Classico, Riserva e Gran Riserva, ognuna con caratteristiche e sfumature distintive che soddisfano i palati più esigenti.

www.codanera.it





accompagnato da una crema al formaggio fresco e capperi, è un'opzione che affascina per la sua semplicità ed eleganza. Se si desidera un tocco di originalità, il salmone marinato con zenzero e limone può regalare una nota fresca e avvolgente.



Il caviale, gioiello culinario ricavato dalle uova di storione, rappresenta l'apice della raffinatezza. Servito su piccoli crostini o accompagnato da blini e panna acida, il caviale dona un'esperienza gastronomica unica e lussuosa. La sua consistenza delicata e il sapore leggermente salato si fondono in bocca, creando un'armonia perfetta.

I frutti di mare, con la loro varietà e freschezza, completano il trionfo di sapori marini a Natale. Gamberi, ostriche, cozze, vongole e altri tesori del mare possono essere preparati in molteplici modi. Un classico antipasto potrebbe essere un piatto di ostriche fresche, magari accompagnate da una salsa mignonette leggermente acida. I gamberi possono essere serviti con una salsa cocktail artigianale, mentre un piatto di spaghetti alle vongole o una zuppa di frutti di mare possono costituire opzioni deliziose come primo piatto.

La magia di questi ingredienti sta nella loro capacità di trasformare un semplice pasto in un'esperienza culinaria straordinaria. Le loro texture, i loro sapori e la loro presentazione elegante contribuiscono a creare un'atmosfera di festa e convivialità che rende il Natale un momento ancora più speciale. Salmone, caviale e frutti di mare diventano così ambasciatori di lusso e raffinatezza nelle tradizioni gastronomiche natalizie, conquistando il palato e regalando emozioni culinarie indimenticabili.

Perché l'usanza del pesce alla Vigilia

La consuetudine del pesce alla Vigilia trae ispirazione da trattati legati alla fede cristiana, suggerendo che molte tradizioni legate alle festività abbiano radici nei Vangeli e nei testi sacri. La decisione di astenersi dalla carne come segno di rispetto per la nascita di Gesù, simile al "digiuno" pasquale, ha una connessione con la tradizione, ma la realtà si svela in modo diverso. Sebbene il Codex Iuris Canonici nel 1917 prescrivesse l'astinenza dalla carne e il digiuno nelle viglie delle solennità di Pentecoste, dell'Assunzione, di tutti i Santi e del Natale, nel corso del tempo questa pratica ha subito cambiamenti.

La Costituzione Apostolica Paenitemini, firmata da Paolo VI nel febbraio 1966, ha superato tali indicazioni, stabilendo che il digiuno fosse obbligatorio solo il Mercoledì delle Ceneri e il Venerdì Santo, con l'astinenza dalla carne tutti i venerdì dell'anno, ma non più nelle vigilie. Anche per coloro che sono più devoti, mangiare carne alla vigilia, anche se cade di sabato, non costituirebbe un "peccato". Oggi, questa pratica non riflette neanche un concetto di "pregio" o di ostentazione. In passato, il pesce era considerato meno nobile della carne, riservata alle tavole dei nobili; tuttavia, attualmente, piatti a base di crostacei, vongole e cozze sono considerati altrettanto, se non più, sontuosi e ricchi di quelli a base di carne. cod 91317





Ingrediente prelibato per l'alta ristorazione, ma anche regalo perfetto da far trovare sotto l'albero, Caviar Giaveri è un'ottima soluzione anche da abbinare ad uno Champagne o ad un Metodo Classico Italiano

Caviar Giaveri
Una collezione unica di 8 tipologie di caviale



"Made in Italy" è sinonimo di qualità, e il lusso è il comparto che da sempre meglio rappresenta il Bel Paese nel Mondo. Le creazioni di Caviar Giaveri puntano a trasmettere questa essenza. L'Italianità del brand, profonda e autentica, inizia con l'allevamento a Treviso di dieci diverse specie di storione - il parco più vario al Mondo - e trova la sua massima espressione nella produzione artigianale del caviale Giaveri.

Una verticale di ben 8 tipologie di caviale

Una filiera cortissima, che si occupa con cura di tutte le fasi per dare vita ad una Collezione unica nel suo genere che vanta ben 8 selezioni differenti di caviale. Le declinazioni della qualità italiana in Caviar Giaveri, sfociano anche nel design con le speciali confezioni regalo pensate per ogni stagione. A quella natalizia sono dedicati i riflessi dorati della preziosa Golden Box, che racchiude il perfetto set per l'iniziazione al mondo del caviale.

Per coloro che sono alla ricerca di un regalo raffinato e ricercato, Caviar Giaveri propone questa elegante box natalizia che farà un'ottima figura sotto l'albero. Disponibilie in 4 lussuose varianti, i cofanetti racchiudono nella preziosa scatola Oro le migliori selezioni del caviale italiano di Giaveri, accompagnato da un ottimo Champagne, un Metodo Classico italiano o una tradizionale Vodka!

Caviar Giaveri, ingrediente prezioso per l'alta ristorazione

Si sa che l'abbinamento con il vino è molto importante, ma anche saper valorizzare questo prezioso ingrediente in originali ricette è un'arte tutta italiana. Come ci dimostra lo Chef Raffaele Ros del Ristorante San Martino - 1 stella Michelin a Scorzè in provincia di Venezia. La sua instancabile ricerca e passione in e per la cucina, si traduce in giocose rivisitazioni della tradizione culinaria veneta.

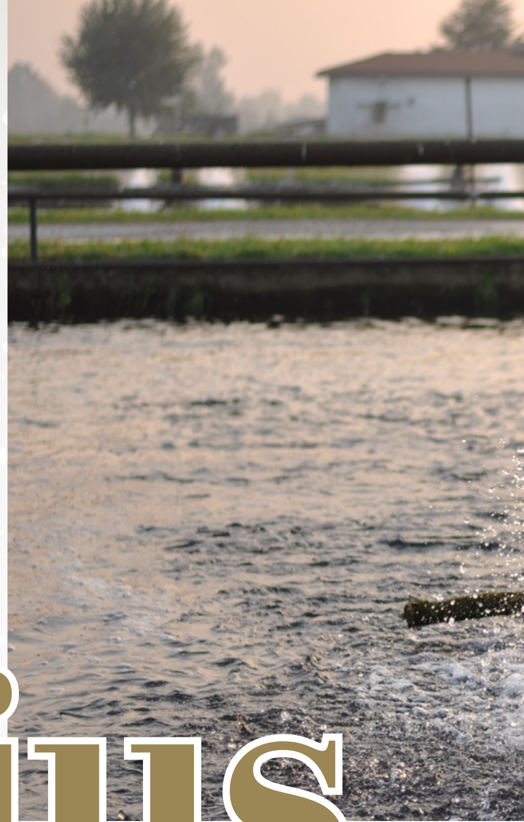
Ne è un esempio questo piatto ideato per omaggiare Venezia e la sua Laguna: gelato alle erbe sul fondo, ricoperto di spuma di patata, gamberetti bolliti, olio e limone. A completare il piatto una generosa dose di caviale Beluga Siberian by Caviar Giaveri. Celebrazione della Serenissima e del Gusto.

Il caviale Caviar Giaveri si trova nei migliori ristoranti in Italia e all'estero, in gastronomie e enoteche selezionate. Inoltre si può ordinare nella boutique on-line, e verrà spedito a casa vostra in 48 ore, dal produttore al consumatore. cod 100606

Caviar Giaveri
0422 686038
www.caviargiaveri.com







Calvisius

Caviale di alta qualità da allevamento sostenibile

Agroittica è assieme una storia di straordinaria imprenditoria italiana, un sogno gastronomico e un sistema sostenibile unico, innovativo e controllato. Conosciuto dai più attenti cultori di eccellenze e dai più raffinati gastronomi, Calvisius è il brand top di gamma presente nei migliori ristoranti e gastronomie internazionali e nelle first classes delle più importanti compagnie aeree, dedicati a una clientela gourmand.

Il pay off di Agroittica recita "Aquae optima" ovvero "Il Meglio dall'acqua", ideale sintesi della mission e dell'essenza del brand. Le origini di Agroittica risalgono agli anni '70, quando i soci di un'acciaieria bresciana e quelli di una società di impiantistica siderurgica veneta intuiscono la possibilità di sfruttare il calore residuo della produzione dell'acciaio per ottimizzare l'allevamento ittico.

Agroittica dispone di due impianti nel comune di Calvisano, in provincia di Brescia, per un totale complessivo di 60 ettari di allevamento. Nel proprio stabilimento di Calvisano, oltre allo storione, Agroittica produce trota, salmone, tonno e pesce spada oltre al caviale più sostenibile al mondo. Oggi Agroittica esporta in tutto il mondo caviale italiano di alta qualità per una produzione totale di 28 tonnellate. L'azienda vende quasi il 90% del suo prezioso caviale







all'estero con due filiali negli Usa e Francia.

La costante ricerca della massima qualità

La qualità del caviale Calvisius ha origine nella peculiarità delle acque dove viene allevato e in un modello di allevamento molto vicino alle caratteristiche dell'ambiente naturale tipico degli storioni: questo rende la produzione più sostenibile e di altissimo profilo qualitativo.

Agroittica è stata la prima azienda al mondo a creare un allevamento di storioni su larga scala. Il caviale italiano Calvisius ha vinto il prestigioso Premio Mercury Award, il premio Rosa Camuna- Regione Lombardia, nonchè una menzione come azienda che ha «saputo superare i suoi limiti» durante l'Expo di Milano 2015 e il Superior Taste Award nel 2017.

La collezione Calvisius

Calvisius Tradition (Prestige, Royal, Elite)

Il caviale Tradition si ottiene dallo storione bianco, una specie originaria delle coste Nord Americane dell'oceano Pacifico. È tra gli storioni più longevi, in grado di arrivare a raggiungere i cento anni di età, gli 800 kg di peso e 6 m di lunghezza. Oltre che per la sua carne magra, bianca, ad alto contenuto proteico, è particolarmente apprezzato per la sua cospicua produzione di uova di grande dimensione, da 2.9 a 3.2 millimetri, caratterizzate da una colorazione che varia dal grigio scuro al nero. Di gusto raffinato ed elegante con note burrose e aromi vicini al mondo della pasticceria soddisfa ogni palato. Occorrono minimo 12 anni di attesa per ottenere questo caviale.

Calvisius Siberian (Classic e Royal)

Il Calvisius Siberian si ottiene dallo storione Siberiano. Questo pesce produce un caviale di media dimensione (2.2-2.7 mm), necessita minimo di 7 anni per arrivare alla produzione del caviale ed è considerato una tra le specie più precoci. La gamma delle tonalità di colore dei grani è ampia e varia dal grigio scuro al marrone pallido, la texture è soffice e delicata e si presenta lievemente idratata con un piacevole effetto traslucente.

Calvisius Beluga

Il Calvisius Beluga è un caviale di grandi dimensioni: le sue uova, infatti, arrivano facilmente a superare i 3 millimetri di diametro. Estratto dallo storione Huso huso, presenta una texture lucida e brillante con una colorazione che va dal grigio perla al grigio scuro, con la caratteristica occhiatura. Le uova hanno un gusto cremoso, piacevolmente grasso, con ricercate note di mare sul finale. Per ottenere questo caviale occorrono circa 20 anni, ma l'attesa viene ampiamente ripagata da una specialità raffinata e di grande prestigio. cod 100703



Calvisius
030 9686991
www.calvisius.it

Tutta la qualità di Orobica Pesca nei menu di Natale



Natale in Italia fa rima con pesce: lo scorso anno 7 italiani su 10 hanno scelto il pesce per il cenone della Vigilia e le proiezioni 2023 confermano il trend dei consumi. Orobica Pesca, leader nello scenario nazionale, conferma l'aumento della richiesta di prodotto ittico sulle tavole delle feste.

In questo periodo dell'anno, la supply chain aziendale viene dimensionata in modo da supportare correttamente questo aumento e garantire costantemente sicurezza e qualità. Il rispetto della mission aziendale viene assicurata da Orobica Pesca con investimenti continui in persone e risorse, rappresentando un punto di riferimento per tutta la clientela. I punti vendita dell'azienda ampliano l'orario di apertura per soddisfare tutte le richieste e consentire alla propria clientela di prenotare con anticipo la spesa natalizia, mantenendo ogni giorno dell'anno il livello elevato di servizio. Non solo qualità, quantità e logistica ma anche varietà. In occasione delle festività di fine anno Orobica Pesca aumenta anche la tipologia di prodotto offerto, largo spazio a molluschi, crostacei e capesante, tipici delle tavole imbandite a festa.

Non dimentichiamo l'offerta gastronomica di produzione interna: anche in questo periodo le pietanze offerte ed i semilavorati supportano i cuochi professionisti e quelli amatoriali. Le tavole preparate per le feste potranno avvalersi di tutte le specialità, con particolare attenzione al sormontè gastronomico, diversi tipi di caviale e varie specialità in linea con le tendenze del momento.

Ma quali prodotti scegliere per un Natale che abbia tutto il sapore del mare? Ottavio Duzioni, responsabile acquisti di pesce fresco, consiglia il consumo di branzini e orate a marchio Orobica Pesca, prodotti italiani allevati nel mare aperto della Toscana e con un livello qualitativo altissimo, che dal punto di vista organolettico sono molto simili ad un prodotto selvaggio con la garanzia di Orobica Pesca.

Impossibile ignorare l'emergenza in corso relativa al granchio blu che sta decimando cozze e vongole nei nostri mari. Oltre ad incoraggiare l'acquisto di questo crostaceo, che continua ad essere venduto ad un prezzo calmierato sia all'ingrosso che al dettaglio, si raccomandano i lupini. Si tratta di deliziosi molluschi bivalvi tipici del Mar Adriatico e non colpiti da questa calamità naturale. Per il Natale 2023 rappresentano un'ottima alternativa alle vongole veraci che stanno diventando di difficile reperibilità. cod 100367

Orobica Pesca
035 4172811
www.orobicapesca.it



TRENTINO

creative direction **the-studio.it** | ph **Deep Blue Studio** | location **Hotel Al Sorriso** - Levico Terme TN

THE *PEOPLE* INDUSTRY

5 – 8 FEBBRAIO 2024

48° EDIZIONE • RIVA DEL GARDA

HOSPITALITY #HOSPITALITYRIVA **hospitalityriva.it**

Riva del Garda® Fierecongressi

FJORD

La passione italiana per l'eccellenza ittica

Agroittica Lombarda nel proprio stabilimento di Calvisano, oltre allo storione, produce secondo una tradizione italica di artigianalità trota, salmone, tonno e pesce spada. Nell'ottobre 2017 ha acquisito il ramo produttivo della Fjord Spa di Busto Arsizio, sin dagli anni '60 punto di riferimento nella produzione di ittici affumicati, con l'obiettivo di rilanciare il marchio Fjord in chiave Made in Italy.

Agroittica, è dotata di uno stabilimento interamente dedicato alla produzione di salmone, con un flusso di produzione che, partendo dal pesce fresco, garantisce quotidianamente la massima freschezza e qualità. Dalla materia prima di qualità selezionata con cura e attenzione, si passa alla salatura e all'affumicatura, eseguite con metodi tradizionali salando a mano il pesce, e affumicandolo con pregiati legni di faggio. La lenta affumicatura regala ai prodotti Fjord un gusto unico, delicato, per esaltare al meglio il profilo aromatico dei prodotti.

I prodotti a marchio Fjord sono posizionati come "Gdo Premium" e presenti su tutto il mercato italiano con molteplici referenze per soddisfare ogni gusto (salmone, storione, tonno, pesce spada) e preferenza

(specialità di punta l'Alga Nori, il salmone al pistacchio e al sesamo).

Il marchio "Fjord"

È da sempre il punto di riferimento nella produzione di ittici affumicati. Con l'esperienza e la cura maturate nella lavorazione del caviale unite alla passione tutta italiana, Fjord offre sempre i migliori prodotti, alla costante ricerca di una cultura gastronomica di alto livello.

La linea affumicati Fjord è così composta:

- **Salmone Norvegese**: un pesce nobile originario dei freddi mari del Nord, è famoso per il suo incredibile viaggio dalle fresche acque del fiume a quelle salate del mare aperto. È un pesce dal gusto deciso e con piacevoli nuance di affumicatura tipiche del legno di faggio. Il Salmone Norvegese è disponibile anche nella versione sashimi nelle varianti: Pistacchio, Semi di Sesamo, Alga Nori e al Naturale e Lingotto di Salmone Norvegese nelle varianti Pepe Nero, Pepe Rosa, Erba Cipollina, Semi di Sesamo e al Naturale;
- **Salmone Scozzese**: leggermente salato e lentamente affumicato con pregiati legni di faggio, il salmone scozzese è un pesce dal sapore delicato e dalla carne compatta, consistente e caratterizzata da leggere striature rosate. Questo prodotto è disponibile anche nella versione Salmone Scozzese al Whisky;
- **Salmone Red King**: il salmone Red King, leggermente salato, viene affumicato lentamente utilizzando pregiati legni di faggio. La carne dal colore arancione rosato ha un gusto estremamente delicato ed una consistenza burrosa propria dei King Salmons;
- **Salmone Selvaggio Alaska**: le peculiarità di questo pesce sono date dal colore delle sue carni, arancione brillante ed intenso, dalla sua morbidezza e dal suo gusto intenso;
- **Trota**: il filetto di trota affumicato è ideale per gli antipasti o semplicemente da gustare come piatto pronto con del pane caldo. La sua carne presenta queste peculiarità: è compatta, soda e dalle striature rosate;
- **Pesce Spada**: pesce spada di prima scelta, ottenuto dalla lavorazione della carne di qualità "sashimi", delicatamente affumicata con pregiati legni di faggio. La sua fragranza ed il suo sapore sono inconfondibili;
- **Tonno**: il delizioso pesce che è leggermente salato e lentamente affumicato con pregiati legni di faggio per esaltare il suo sapore delicato. È ideale per antipasti appetitosi e gustosi, da provare quello al Mirto di Sardegna che si presenta come un involtino di tonno affumicato Fjord con formaggio cremoso e salsa aggrumata.

cod 100704

Fjord
030 9686991
www.fjord.eu



Non più solo Naturale o frizzante

Nei ristoranti d'elite spopola la carta dell'acqua



L'ascesa dell'idrogastronomia nei ristoranti di livello: come l'acqua si sta trasformando da semplice bevanda a simbolo di stile e sostenibilità

di ***Gabriele Pasca***

Per decenni, l'acqua è stata relegata a un ruolo di mero contorno nelle sale da pranzo di tutto il mondo. Un bicchiere riempito quasi per dovere, una scelta obbligata tra «naturale o frizzante», spesso oscurata dall'aroma di un vino selezionato o dalla complessità di un cocktail artigianale.

Ma oggi, l'acqua è uscita dall'ombra. In un numero crescente di ristoranti d'élite, viene trattata con la stessa reverenza un tempo riservata a un Bordeaux invecchiato o a un tartufo bianco.

Tra sostenibilità e personalizzazione

Lontano dall'essere un mero esercizio di stile o un capriccio elitario, la presenza di una carta delle acque rappresenta un sintomo più ampio di come sta cambiando la ristorazione. In un contesto in cui sostenibilità e personalizzazione sono ormai le parole d'ordine, l'acqua diventa un veicolo per esprimere un ethos, un impegno verso la qualità e la cura del dettaglio. Non si tratta più solamente di dissetare, ma di offrire un'esperienza che vada in sintonia con l'intero spettacolo gastronomico.

Con questo nuovo focus, il fenomeno delle water list sembra essere pronto a influenzare la ristorazione a un livello globale, dando vita a dibattiti e discussioni tanto quanto lo fanno i piatti di alta cucina.

CIT GALANTOM
Mezzo secolo di «Idrogastronomia»

Pochi posti possono vantare una tradizione di «idrogastronomia» come il Cit Galantom a Monasterolo, in provincia di Torino. La carta dell'acqua è parte dell'identità del ristorante dagli anni Settanta, quando il locale era gestito dai genitori di **Dario Massaglia**, ora chef patron e sommelier. Con circa 20 referenze, la proposta è evoluta notevolmente da una decina d'anni, quando Massaglia è diventato Idrosommelier certificato. Qui l'acqua non è solo un dettaglio, ma un componente fondamentale della proposta gastronomica. Le acque del menu vanno dalla BLK statunitense, unica nel suo genere con un gusto vulcanico e colore nero, alla giapponese Fillico, che sbanca in eleganza con un tappo d'oro e diamanti. C'è anche un cenno locale con la lombarda Solé-Arte, nota per la sua bollicina piccola e digestiva.


Dario Massaglia


Simone Pinoli

In un locale che nel 2024 festeggerà mezzo secolo di attività, il contrasto tra la lunga tradizione e l'innovazione è palpabile. In una sala con solo cinque tavoli, l'esperienza è intima e curata, frutto di oltre cinque decenni nel settore. La cucina segue le stagioni e la disponibilità giornaliera, offrendo un approccio gourmet alla tradizione piemontese. **Ma è nella proposta idrica che il ristorante fa la sua mossa più audace, cementando la sua reputazione come uno dei pochi posti dove l'acqua ha un posto d'onore pari al cibo e al vino**.

LA PERGOLA
Una carta dell'acqua a tre stelle Michelin

La Pergola a Roma è un tempio della gastronomia che non ha bisogno di presentazioni, ma qui l'innovazione si spinge oltre la semplice alchimia culinaria. Accanto ad un'offerta gastronomica di livello mondiale, sotto la regia dello chef tristellato **Heinz Beck**, La Pergola stupisce con una water list che conta oltre 50 referenze, una diversa dall'altra, provenienti da angoli lontani del globo. **Simone Pinoli**, restaurant manager, **non si limita a parlare di un servizio d'acqua, ma di una vera e propria «esperienza idro-gustativa». Questo dettaglio, per quanto possa sembrare marginale, incarna l'estetica del ristorante: un olio essenziale che completa il quadro generale di cura e rigore**.

Da oltre due decenni, questa caratteristica distintiva rende La Pergola non solo una meta per gli amanti della buona cucina, ma anche un laboratorio dove la proposta dell'acqua è stata perfezionata e raffinata. Un luogo dove ogni elemento contribuisce a definire quella che può solo essere descritta come un'esperienza gastronomica senza pari.

LA REI NATURA
L'acqua al centro della nuova tavola piemontese

Appena aperto e già all'avanguardia, La Rei Natura, a Serralunga d'Alba, nel cuore delle Langhe, si distingue con una carta che va ben oltre la norma. Con nove opzioni in menu, i prezzi spaziano dai 5 euro di un'Acqua Panna ai 15 euro per esotiche come la VOSS, norvegese, o la Badoit, francese.


Michelangelo Mammoliti

Michelangelo Mammoliti, noto per la sua meticolosità in cucina, applica lo stesso rigore alla selezione delle acque. L'attenzione ai dettagli è chiara: ogni elemento, anche il più semplice, ha il potere di elevare l'esperienza del cliente.

Le acque selezionate non sono casuali. L'italiana Smeraldina, ad esempio, fa un cenno all'importanza dell'italianità, mentre marche come la St. Georges, dalla Corsica, apre una finestra sul gusto globale. **Non un mero accompagnamento: l'acqua qui è un ingrediente curato, un dettaglio che completa l'esperienza gastronomica in un contesto fresco e innovativo**.

TILIA RESTAURANT
Un laboratorio idrogastronomico tra le Dolomiti

All'ombra delle tre Cime di Lavaredo, all'interno del parco storico dell'ex Grand Hotel Dobbiaco, Tilia Restaurant, 1 stella Michelin, è un luogo dove il concetto di alta cucina si espande, mutando la percezione da «cibo come arte» a «cibo e acqua come sinergia».

Un contesto ricco di storia e natura, che oggi si fonde con l'innovazione attraverso la cucina dello chef **Chris Oberhammer**.

Qui la carta d'acqua non è un dettaglio, ma un elemento centrale che contribuisce a definire l'identità del locale.



Con 14 referenze curate dall'idrosommelier **Anita Mancini**, l'acqua qui diventa un elemento altrettanto sofisticato come il piatto, offrendo un'esperienza gastronomica a 360 gradi.

La selezione d'acqua spazia dal locale all'internazionale, con sette tipi provenienti dall'Alto Adige e variazioni più esotiche come la norvegese VOOS e la romena Carpatica.

«**Il cliente è spesso stupito dalla varietà della nostra proposta idrica - afferma Mancini - ma farla apprezzare è un processo che richiede tempo e consapevolezza. Il cliente attento al benessere è anche disposto a investire in una scelta d'acqua consapevole**».

Mancini, la cui passione per l'acqua ha radici nelle sue esperienze come guida al Parco naturale Vedrette di Ries-Aurina (Bz), adotta un approccio rigoroso nella selezione: «Sono guidata dalla presenza o meno di nitriti, chiari segni di inquinamento. È un mercato in crescita, ma ancora sottovalutato».

LORTO
L'arte dell'acqua

Il Relais Nordelaia ospita LORTO, il ristorante fine dining dove la tradizione piemontese incontra la creatività dello chef inglese **Charles Pearce**. Assieme alla proposta culinaria di assoluto pregio, una particolare attenzione è stata riservata alla carta delle acque. La varietà di opzioni offerte si riflette nei diversi range di prezzo: dai 4 euro per una bottiglia di Panna o Sanpellegrino, passando per i 10 euro dell'inglese Tau, fino a raggiungere i 14 euro per la portoghese Healsi. Chi è in cerca di un'esperienza davvero unica può optare per la canadese Icebarg Water, proposta a 22 euro.

Giovanna Navassa, General Manager del locale, spiega la filosofia dietro questa scelta: «**Abbiamo inserito una carta delle acque dettagliata perché crediamo nell'importanza di ogni elemento che accompagna un pasto. Così come il vino ha il potere di esaltare un piatto, anche l'acqua può sottolineare e modulare i sapori**. Ecco perché è la prima cosa che offriamo ai nostri ospiti, non solo come semplice bevanda, ma come parte integrante dell'esperienza gastronomica. La provenienza, il residuo fisso e le altre caratteristiche di ogni acqua vengono illustrate ai clienti, per permettere loro una scelta consapevole».


Stefano Sforza

OPERA
La cucina e l'essenza del territorio in un bicchiere

A Opera, ristorante torinese diretto dallo chef **Stefano Sforza**, la carta dell'acqua è tanto focalizzata sul territorio quanto il menu. La selezione idrica è contenuta ma altamente significativa, con un'attenzione particolare alla provenienza locale. L'acqua Sparea, estratta dal cuore delle Alpi piemontesi e con un residuo fisso di soli 23,8 mg/l, è la scelta emblematica che riporta un frammento dell'ambiente montano al tavolo del cliente.

Situato in una via intima della città, Opera si presenta come un crogiuolo di tradizione e modernità, riflettendo le dualità di Torino stessa. Vicino al ristorante si trova la stazione ferroviaria di Porta Susa, che sembra offrire un punto di connessione con il resto d'Italia. In questo contesto, **la scelta dell'acqua diventa una sorta di dichiarazione silenziosa ma potente: qui, la semplicità e la purezza dell'elemento più basilare si fondono con la creatività e la raffinatezza della cucina**. ➔

LA MADERNASSA
Acqua e cucina d'avanguardia

A La Madernassa la cucina italiana viene reinterpretata con occhi moderni dallo chef **Giuseppe D'Errico**. L'atmosfera del locale, integrata nel paesaggio delle Langhe e Roero, offre una sintesi tra il cuore antico del territorio e una visione gastronomica avveniristica.

Con una carta composta da dieci referenze, che spaziano dalle sorgenti alpine della San Bernardo, all'esotismo della danese Iskld, fino all'eleganza spagnola della Vichy Catalan, anche nello stellato ristorate di Guarene, l'acqua gioca un ruolo di primo piano.



Il Direttore **Ivan Delpiano** sottolinea l'importanza di tale scelta: «Molte persone sono convinte che avere una carta delle acque sia solo un modo per mettersi in mostra, ma nulla è più lontano dalla verità. L'acqua non è solo l'elemento fondamentale della vita, ma un grande alleato anche durante la degustazione di un menu: salinità, sapidità, acidità e mineralità sono tutti elementi che affinano il palato tra un morso e l'altro; per non parlare delle peculiarità organolettiche che aiutano la digestione di determinati alimenti e permettono di arrivare alla fine di un menu senza essere appesantiti. **Al Ristorante La Madernassa abbiamo scelto di offrire questa ulteriore esperienza nei nostri percorsi poiché crediamo fortemente possa essere il punto di inizio verso una cultura spesso dimenticata e poco approfondita**»

OTTO GELENG
Profondità siciliana nella carta delle acque



Nel cuore di Taormina, all'interno del prestigioso Belmond Grand Hotel Timeo, si trova il ristorante stellato Otto Geleng. Con soli otto tavoli, immersi in un terrazzo fiorito, il locale offre una vista mozzafiato su Taormina, la baia di Naxos e l'imponente Etna. L'eleganza raffinata del luogo rimanda ai fasti di antiche dimore siciliane, mentre lo chef **Roberto Toro** fa rivivere la Sicilia attraverso piatti che combinano tradizione e innovazione, esaltando le eccellenze locali.

Ma non è solo il cibo a brillare qui. La carta dell'acqua di Otto Geleng è un viaggio a sé, con ben sedici referenze che spaziano dalle sorgenti locali, come la siciliana Cavagrande, alle esotiche come la canadese Iceberg, fino alla raffinatissima tedesca Nevas, prodotta con un metodo che ricorda quello dello champagne. Quest'ultima, con il suo prezzo di 90 euro per 0,75 litri, sottolinea l'unicità e la ricercatezza dell'offerta.

Veronica Bonelli, head sommelier del ristorante, mette in evidenza la filosofia dietro questa selezione: «**Abbiamo voluto enfatizzare l'importanza dell'acqua nella gastronomia, ispirandoci alla fisica quantistica e agli studi di Masaru Emoto. Ogni bottiglia racconta una storia, e le diverse tipologie di acqua sono pensate per valorizzare al meglio il percorso gastronomico dello chef Toro**». Il risultato? Una carta dell'acqua che non solo arricchisce la tavola, ma anche la conoscenza e l'esperienza dell'ospite. cod 100287



Aria

una ventata di croccante leggerezza.

CON PASTA MADRE







25 kg

15 kg ⋮ 5 kg

SEMPRE E SOLO DAL GRANO.

Dall'esperienza di Mulino Caputo, una nuova farina **100% naturale**, senza alcun additivo.

Realizzata con **ANTICA PASTA MADRE.**

Questo pre-fermento è realizzato con una selezione di grani e acqua, **essiccato lentamente** per preservarne le proprietà.

Per impasti ad alta idratazione, alveolati, **LEGGERI E CROCCANTI.**

Una garanzia per gustose pinse, pizze alla pala, in teglia e contemporanee.

CAPUTO

Il mulino di Napoli

Scopri di più su
www.mulinocaputo.it



La rivoluzione dell'acqua

Dall'impennata dei consumi alla sostenibilità

Dal record del 33,4% di aumento nei consumi nel 2022 alla crescente importanza dell'acqua non confezionata: come le questioni di sostenibilità e le preferenze dei consumatori stanno ridefinendo il mercato nel settore Horeca italiano, e perché il 2023 potrebbe consolidare queste tendenze emergenti

di ***Gabriele Pasca***

Nel settore della ristorazione, noto per essere un barometro delle tendenze del mercato domestico, il 2022 ha segnato un vero e proprio punto di svolta: i consumi d'acqua sono aumentati del 33,4%, posizionandosi come un pilastro fondamentale nel comparto Horeca. È questo l'effetto di una semplice ondata stagionale, o stiamo assistendo a un cambiamento nel modo in cui sia il settore che i consumatori valorizzano questa risorsa?

Mentre l'acqua confezionata rimane il carro trainante del comparto, numeri sempre più significativi emergono per l'acqua non confezionata, lanciando segnali che il settore non può permettersi di ignorare. Nel frattempo, questioni di sostenibilità stanno salendo nella lista delle priorità, non solo per i consumatori consapevoli ma anche per gli operatori del settore, che vedono nella sostenibilità un imperativo etico e una leva strategica per il business.

Queste tendenze emergenti, colte e analizzate attraverso dati forniti da Circana, meritano un'indagine approfondita. Ci troviamo davvero ad un punto di svolta per l'acqua nel mondo dell'Horeca?

Crescita generale e stato del mercato

Se i quasi 2 miliardi di acquisti d'acqua registrati lo scorso anno sembrano un dato impressionante, è perché lo è realmente. Questo trend ha superato persino l'aumento generale delle occasioni in cui gli italiani hanno scelto di consumare fuori casa (OOH), le quali sono cresciute del 24,8%. È evidente che quando gli italiani optano per consumare fuori, l'acqua sta diventando una scelta sempre più prevalente..

Il 2023 è atteso come un anno di consolidamento. Con la maggiore enfasi su temi come la sostenibilità e la personalizzazione delle scelte alimentari, il mercato dell'acqua sembra essere ben posizionato per accogliere questi cambiamenti e farne un punto di forza.

«Per quanto riguarda il 2023 - spiega **Antonio Portaccio**, Presidente di Italgrob, la Federazione italiana dei distributori Horeca - i dati sul comparto dell'acqua sono sostanzialmente stabili nel progressivo. Questa stabilità si confronta con un 2022 particolarmente positivo, che aveva beneficiato dell'assenza di limitazioni nei primi due mesi, a differenza del 2021 ancora influenzato dalle restrizioni legate alla pandemia. Pertanto, non riscontriamo picchi significativi tra i due anni, essendo entrambi iniziati senza particolari impedimenti. Tuttavia, la situazione nel settore retail è decisamente più preoccupante, con dati fortemente negativi».

«Un fenomeno interessante - continua Portaccio - è la sofferenza che il mercato dell'acqua minerale sta vivendo nella ristorazione di fascia media. In questi contesti, per contenere i costi, molti stanno addirittura optando per bottiglie in Pet. Fortunatamente, questa tendenza non sembra toccare l'alta ristorazione, che continua a mostrare una certa resilienza».

Corsa alle sorgenti: chi si spartisce il mercato delle acque minerali

Con oltre 80 aziende, circa 130 stabilimenti di produzione e una vasta gamma di 225 marche, l'Italia è una forza trainante nel settore delle acque minerali. A prima vista, il mercato sembra molto frammentato, ma un'analisi più attenta rivela una realtà diversa.

Secondo l'edizione 2022-2023 dell'Annuario Acquitalia Beverfood.com, il mercato italiano delle acque è contraddistinto da un moderato grado di concentrazione. I primi quattro giganti - San Benedetto, Sanpellegrino, Sant'Anna e Ferrarelle - rappresentano oltre la metà del mercato totale. In aggiunta, gli otto principali gruppi detengono quasi il 70% della quota di mercato. Significativamente, a differenza di altri settori, le multinazionali hanno una presenza piuttosto limitata. Nestlé con Sanpellegrino e Coca-Cola, ad esempio, sono le rare eccezioni in un panorama dominato da aziende nazionali a carattere familiare.

In termini di marche, solo una decina ha raggiunto una copertura territoriale su tutte le regioni d'Italia. Tra queste, Sant'Anna, Levissima e San Benedetto sono marchi riconoscibili e ampiamente disponibili e coprono complessivamente circa il 55-60% del mercato totale. Il resto è costituito da oltre 200 marche regionali e locali, alcune delle quali godono di una solida presenza nelle regioni in cui sono situate.

Nel contesto del retail, le marche private della Grande Distribuzione Organizzata occupano solo l'8% del mercato a valore, una percentuale notevolmente inferiore rispetto ad altri settori alimentari e delle bevande. Questo sottolinea come i consumatori italiani tendano a fare scelte più consapevoli quando si tratta di acqua minerale, preferendo marchi con una storia e un'eredità.

Un aspetto particolarmente interessante è la strategia di disinvestimento adottata da alcuni ➔



grandi gruppi. Prendiamo ad esempio Sanpellegrino, che ha recentemente rivolto la propria attenzione ai marchi di punta, abbandonando quelli regionali e economici.

Anche se questo ha portato a una diminuzione della leadership in termini di quantità, ha rafforzato la sua posizione a valore, grazie a prezzi di vendita superiori alla media del mercato.

La scelta degli italiani: naturale, frizzante o effervescente?

La domanda è semplice, ma le risposte potrebbero rivelare molto su dove il mercato dell'acqua in Italia sta andando. E se guardiamo ai numeri del 2022, la risposta sembra chiara: l'acqua naturale è la regina incontrastata del palcoscenico, con quasi 1,4 miliardi di atti d'acquisto. Questo la pone decisamente al di sopra delle sue controparti frizzante ed effervescente, che hanno registrato rispettivamente 169 e 150 milioni di acquisti.

Ma non è solo una questione di volumi. La crescita anno su anno dell'acqua naturale è stata del 31,6%, un tasso notevole che suggerisce non solo una preferenza stabile, ma anche un interesse crescente. In confronto, l'acqua frizzante ha visto una crescita del 32,2%, mentre l'acqua leggermente frizzante ha mostrato un aumento più moderato del 20,5%.

Ecco cosa questi numeri ci dicono: mentre l'acqua naturale continua a dominare, le varietà frizzanti non sono da sottovalutare. Anzi, la crescita parallela di questi segmenti indica una chiara diversificazione delle preferenze dei consumatori.

Quella confezionata, con un aumento del 30,6% nei consumi, rappresenta la stragrande maggioranza degli acquisti d'acqua. È un dominio che si riflette non solo nei numeri, ma anche nelle strategie di mercato e nelle decisioni operative dei vari attori del settore.

Tuttavia, nel contesto di una crescente consapevolezza ambientale, il modello di business dell'acqua confezionata sta venendo sempre più messo in discussione: il packaging tradizionale, ad esempio, è sotto la lente d'ingrandimento non solo da parte di associazioni ambientaliste, ma anche da consumatori sempre più esigenti e informati. Dalla scelta dei materiali fino ai processi di riciclaggio, passando per le alternative come il vetro a rendere, l'acqua confezionata si trova a un bivio. Deve conciliare le esigenze di un mercato in crescita con l'urgenza di ridurre l'impronta ecologica, senza compromettere la qualità e la sicurezza che i consumatori si aspettano. ➔

L'attenzione ai dettagli al ristorante parte dalla scelta dell'acqua minerale

Il mondo della ristorazione è oggi più che mai attento ai dettagli: dalla scelta degli ingredienti più prelibati alla mise en place. In questa cura scrupolosa per ogni aspetto del servizio non possiamo tralasciare un elemento fondamentale: l'acqua. I grandi chef sanno che le acque minerali non sono tutte uguali, ognuna ha la sua storia: Valverde nasce dalla viva roccia nel cuore della Valsesia, ai piedi del Monte Rosa in un'area patrimonio dell'Unesco.

Il suo viaggio, attraverso un ambiente incontaminato, le dona il suo carattere cristallino e leggero che la rende un'acqua minimamente mineralizzata capace di dissetare e al tempo stesso di esaltare i sapori dei piatti. Acqua Valverde, naturale, frizzante e leggermente frizzante, è il dettaglio in più che può valorizzare l'eccellenza di un percorso degustativo perché con la sua leggerezza, purezza e mineralità sa mettere in risalto al meglio le materie prime di ogni piatto.

A tavola anche l'occhio vuole la sua parte, proprio per questo le bottiglie di Valverde, disegnate da Matteo Thun, danno risalto alle caratteristiche di purezza e leggerezza dell'acqua con una linea semplice e armoniosa. Valverde, con il suo design essenziale e la sua purezza unica che incontra ogni mise en place, è il tocco di stile per impreziosire la tavola.

Per informazioni:

www.valverdewater.com



SERENA
1881
PER CHI SCEGLIE



www.serenawines.it
serenawines1881

Acqua non confezionata Vera sorpresa del mercato

In mezzo all'euforia generata dai numeri stellari dell'acqua confezionata, potrebbe essere facile trascurare un'altra protagonista che sta emergendo silenziosamente ma in modo significativo: l'acqua non confezionata. Sebbene rappresenti una quota di mercato nettamente più piccola, con 257 milioni di atti d'acquisto nel 2022, la crescita anno su anno di questo segmento è impressionante, balzando del 55,2%.

In termini di crescita percentuale, l'acqua non confezionata ha superato di gran lunga il suo omologo confezionato, sebbene parta da una base molto più bassa. Questo tasso di crescita è indicativo di un cambiamento di comportamento dei consumatori che potrebbe avere ripercussioni significative per il settore Horeca. Ma oltre la sostenibilità, ci sono altri fattori in gioco che possono spiegare questa crescita esponenziale? Come la comodità o la percezione della qualità dell'acqua alla spina, ad esempio?

Gli operatori del settore farebbero bene a tenere d'occhio questi numeri. Potrebbero infatti nascondere opportunità non ancora completamente sfruttate o, al contrario, segnare l'inizio di una tendenza che potrebbe rimodellare il panorama del mercato dell'acqua in Italia.



Un focus sui consumi del fuoricasa

L'incidenza del consumo d'acqua confezionata OOH (Out Of Home) è salita dal 2% al 2,5%, un aumento modesto ma significativo che parla della crescente importanza dell'acqua nei consumi fuori casa. Anche le varietà specifiche d'acqua mostrano andamenti interessanti: l'acqua naturale è passata dal 12,5% al 13,1%, mentre l'acqua frizzante è lievemente cresciuta dal 1,5% al 1,6%. Stranamente, l'acqua leggermente frizzante ha visto una piccola flessione, scendendo dal 1,5% al 1,4%.

Questi numeri dimostrano che, mentre gli italiani stanno consumando più acqua fuori casa, le loro preferenze per il tipo d'acqua variano. La domanda che sorge spontanea è: cosa spinge queste scelte? È il crescente focus sulla salute e il benessere che rende l'acqua una scelta più popolare? O sono piuttosto gli accostamenti gastronomici, le abitudini sociali o anche le campagne di marketing a influenzare queste decisioni?

I formati nell'Horeca

Se le bottiglie in PET rappresentano i 4/5 del totale consumo di acque confezionate è certamente dovuto al fatto che questo dato fa capo al consumo familiare di bottiglie di grande formato (1.5 e 2 litri), la maggiore crescita si rileva su formati più piccoli come le confezioni single serve da mezzo litro.

Le bottiglie in vetro dominano invece nella ristorazione e i produttori stanno sempre più cercando di migliorare il proprio posizionamento qualitativo e di prezzo attraverso nuovi design prestigiosi e di carattere artistico. Nel fuoricasa, sia per PET che vetro i formati disponibili sono sostanzialmente 5: 1 litro, 75 cl, 50 cl, 33 cl e 25 cl.

Il brick in cartone poli-accoppiato, lanciato anni fa sta subendo un discreto rilancio in ottica sostenibile (Fonte Margherita, Smeraldina, Fiuggi, Maniva).

Di recente è stata avviata la produzione anche di acque minerali in lattina (San Benedetto, S.Pellegrino, San Bernardo, Spumador, Wami) e in bottiglie di alluminio.

cod 100296

tutta la pizza del mondo







novità

La Napoletana di Molino Grassi è una farina con germe di grano studiata per le esigenze della tradizione partenopea, disponibile in due versioni: **Napoletana Midi**, adatta a corte/medie lievitazioni e impasti diretti; **Napoletana Extra**, adatta a medie/lunghe lievitazioni e impasti indiretti.

La Romana di Molino Grassi è una miscela per pinsa, pizza alla pala, in teglia e padellino, ricca di fibre, con germe di grano e farina di riso per accentuare la croccantezza e leggerezza della pizza. Disponibile in doppia versione: **Romana**, con meno fibre per impasti dalla colorazione chiara, e **Romana Rustica**, dai toni più ambrati per esaltare il valore, il gusto e i sapori di una volta.

per una pizza eccezionale,
sempre e ovunque:

www.molinograssi.it



Liscia o gassata?



E basta... con le solite due. Ci sono tante acque in Italia

Cambiare il gioco dell'acqua: alla ricerca della diversità per uscire dal rischio dell'omologazione. L'Italia è ricca di acque minerali, in tutte le regioni: perché non allargare la proposta a tavola?

di ***Alberto Lupini***

«Che acqua preferisce? Liscia o frizzante?». Questa la prima e banale domanda posta a un commensale al tavolo di un ristorante. Al massimo con la variazione di «gassata» o «effervescente» al posto di frizzante. E se proprio il personale di sala si vuole distinguere, punta sulla scelta fra «piatta o con le bolle». Quasi che l'acqua minerale la si possa ingabbiare in queste due rigide definizioni alternative, o che in Italia non ci fossero centinaia di acque minerali differenti fra di loro per caratteristiche organolettiche e fisiche. E per tutte basti la famosa pubblicità che da decenni accompagna una bottiglia del centro Italia: liscia, gassata o F...?

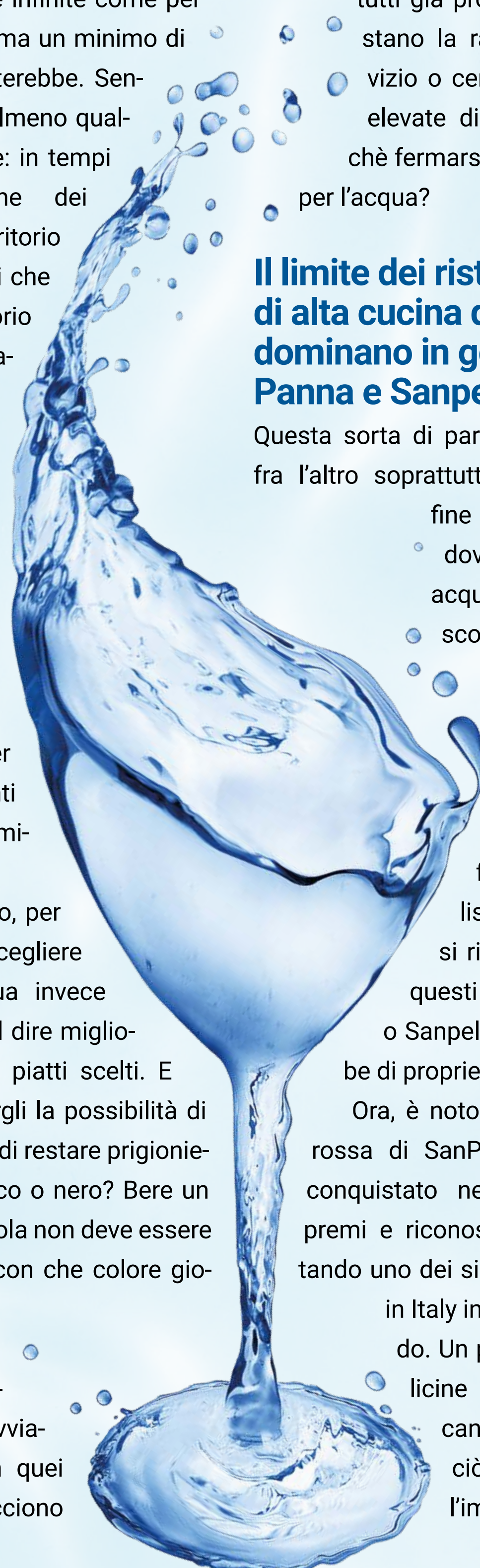
Per molti versi siamo in una situazione, ci sia concesso il termine, premoderna o almeno pre-gourmand. Un po' come accadeva fino a non pochi anni fa per il vino (e in verità in qualche posto ancora oggi la si trova) con la domanda di inizio pranzo: bianco o rosso? E questo, ovviamente, prima ancora di avere scelto un piatto dal menu.

Migliorare il gusto dei piatti anche con la scelta dell'acqua

Sono davvero più che rari i locali dove ci sono degli idro sommelier, o almeno delle carte delle acque, che permettano di scegliere l'acqua preferita. Per carità, nessuno pretende che ci siano liste infinite come per le carte dei vini, ma un minimo di scelta non guasterebbe. Senza dimenticare almeno qualche acqua locale: in tempi di valorizzazione dei prodotti del territorio si può stare certi che le acque di territorio sono autenticamente a "km vicino" e a prova di falsificazione. Nonché all'insegna della sostenibilità visto che eliminano l'inquinamento dei Tir che attraversano l'Italia per spostare pesanti cestelli di acqua minerale.

E in ogni caso, per chi è astemio scegliere un tipo di acqua invece che un altro, vuol dire migliorare il gusto dei piatti scelti. E perché non offrirgli la possibilità di variare, evitando di restare prigionieri del gioco bianco o nero? Bere un po' d'acqua a tavola non deve essere come scegliere con che colore giocare a scacchi...

Un minimo di scelta delle acque varrebbe, ovviamente, anche in quei locali che piacciono tanto ai gastro-fighetti e dove oggi si tende a proporre al massimo due o tre menu degustazione. Dopo l'obbligo di sequenze di piatti che non sono solo legate allo stile dello chef (che dovrebbe essere la regola aurea), quanto magari a comprimere i costi di gestione - con piatti spesso tutti già pronti, come attestano la rapidità del servizio o certe temperature elevate di servizio - perchè fermarsi all'1 o 2 anche per l'acqua?



Il limite dei ristoranti di alta cucina dove dominano in genere Panna e Sanpellegrino

Questa sorta di pari e dispari vale fra l'altro soprattutto nei locali di fine dining o stellati dove la scelta delle acque è molte volte scontata, quasi da sembrare obbligata. E qui occorre fare dei nomi: liscia o gassata si riduce spesso in questi locali a Panna o Sanpellegrino, entrambe di proprietà di Nestlè.

Ora, è noto come la stella rossa di SanPellegrino abbia conquistato negli anni molti premi e riconoscimenti, diventando uno dei simboli del made in Italy in giro per il mondo. Un po' come le bollicine più nobili della cantina Ferrari. E ciò può spiegare l'immagine di qualità che questa etichetta si porta con sè. Ma questo non vale automaticamente per Panna, che invece viaggia sullo stesso treno blindato della proposta quasi a che all'acqua frizzante di una marca non si possa affiancare l'alternativa liscia di tante altre marche...

Sanpellegrino, simbolo del Made in Italy che diventa marketing

Sanpellegrino è il secondo gruppo di acque minerali in Italia (recentemente è stato superato e distanziato da San Benedetto che oggi guida la classifica per le vendite) fa capo come detto ad una multinazionale svizzera, la Nestlè, che ne ha fatto un formidabile strumento di marketing e pressione nei confronti della ristorazione, utilizzando al meglio l'immagine anche all'estero.

Quasi sicuramente sono solo leggende metropolitane o banali scuse dei gestori, ma in non pochi ristoranti - anche di elevato livello - alla domanda del perché non abbiano "anche" altre acque da proporre, alcuni rispondono che "fa figo averla". Altri dicono che temono di non avere le serie con le etichette speciali se allargassero la lista delle acque.

Ed è sulla presenza di queste bottiglie che alcuni food & beverage - attenti magari ai consumatori stranieri - puntano credendo con questo di assicurarsi chissà quale patente di qualità. E forse fanno anche bene in una logica di immagine virtuale (un po' come le aziende che investono sulla Ferragni), ma al tempo stesso rischiano di collocarsi in una sorta di omologazione che è l'opposto di quello che cerca oggi il consumatore: sempre più attento a territorialità, varietà e sostenibilità. ➡

Sanpellegrino contro Michelin: il gioco dei giudici

Ora, lungi da noi demonizzare un'acqua minerale che è diventata un simbolo italiano, è peraltro curioso notare come questa stella rossa sembra anche sfidare quelle delle Michelin sul campo di chi può decretare il primato di cuochi o ristoranti. Con la testata "Finedining lovers", invece che col premio "50 Best restaurants", e tanti altri eventi, come "SanPellegrino joung chef", il brand di Nestlè si è auto-investito di un ruolo di giudice supremo che sta in piedi grazie anche ad importanti investimenti pubblicitari. Per non parlare dei possibili conflitti di interesse visto che i riconoscimenti che distribuisce a pioggia - secondo le solite male lingue - arriverebbero per lo più a chi utilizza le sue bottiglie, in Italia come nel mondo.

Ma a ben guardare, poichè punta a valorizzare il meglio della cucina, proprio il gruppo Sanpellegrino dovrebbe essere il più interessato che ogni piatto lo si possa gustare al meglio... e per gli abbinamenti contano anche le acque, non solo i vini.

L'appello per una scelta più ampia di acque nei ristoranti

Francamente vorremmo concludere ricordando che la scelta dell'acqua in un ristorante dovrebbe essere un'esperienza più ricca e variegata di quanto lo sia attualmente in molti locali. Oltre a valorizzare le acque locali e promuovere la sostenibilità, potrebbe aggiungere un tocco unico alla cena, migliorando il gusto dei piatti selezionati.

È tempo che la carta delle acque riceva l'attenzione che merita, offrendo ai commensali una gamma diversificata di opzioni. Solo così potremo davvero apprezzare le acque in tutte la loro diversità e complessità, superando il giochino ormai insopportabile della semplice scelta tra "liscia" o "gassata".

In Italia abbiamo il maggior numero di vitigni autoctoni al mondo: questo un punto di forza della nostra enologia... e della nostra cucina. Ma l'Italia è ricca anche di fonti di acqua minerale e proprio la loro diversità può contribuire ad arricchire l'esperienza di stare a tavola.

cod 100063



www.colvetoraz.it



EXTRA BRUT CUVÉE 5. SINFONIA N.2 DI COL VETORAZ.

L'armonia del Valdobbiadene DOCG

Interpreti d'eccellenza del Valdobbiadebe DOCG, produciamo spumanti di grande equilibrio, armonia ed eleganza, ovvero la chiave della piacevolezza. Il Valdobbiadene DOCG Extra Brut Cuvée 5 è ottenuto dalla selezione di uve provenienti da 5 vigne su 102, che vengono vinificate separatamente e solo successivamente unite per creare le cuvées. Nonostante un basso residuo zuccherino di 5 g/l riesce a conservare espressioni rotonde, ma al contempo dimostrando un carattere di grande trasversalità.

Col Vetoraz
VALDOBBIADENE

Col Vetoraz Spumanti Spa - Strada delle Treziese, 1 - Santo Stefano di Valdobbiadene (TV) - Tel. (+39) 0423.975291

Follow us

Tutti i segreti dell'acqua...

Dall'importanza di una formazione tecnica solida all'esperienza pratica: Stefania Santini Simoncelli, una delle prime idrosommelier italiane, svela come unire passione e professionalità nel mondo emergente degli esperti dell'acqua

di ***Gabriele Pasca***

Con la crescente consapevolezza dell'importanza dell'acqua di alta qualità e la sua interazione con il cibo, sta emergendo una figura professionale specializzata, quella dell'idrosommelier. **Stefania Santini Simoncelli**, una veterana del settore, con una formazione presso l'ADAM - Associazione Degustatori Acque Minerali, è una di queste rare esperte. Diplomata nel 2017, ha un focus preciso: la promozione della cultura del bere consapevole e l'arte di abbinare acque minerali ai piatti.

Ma cosa distingue realmente un idrosommelier da un semplice appassionato d'acqua? Secondo Stefania Santini Simoncelli, questa figura non è un semplice cultore, ma un professionista con competenze specifiche e formazione certificata. «**Un idrosommelier ha una conoscenza approfondita delle diverse tipologie di acqua, delle loro caratteristiche fisiche, chimiche e organolettiche e dei loro abbinamenti con il cibo**», afferma Simoncelli. Questo esperto è responsabile non solo di riconoscere e classificare le diverse acque, ma anche di abbinarle ai piatti più adatti, elevando così l'esperienza gastronomica.

Ma le responsabilità vanno ben oltre la semplice conoscenza. Come sottolinea Santini Simoncelli, «deve essere in grado di trasmettere la propria passione per l'acqua agli altri, attraverso corsi, degustazioni e altre attività». Inoltre, può fornire consulenza a ristoranti e hotel, organizzare degustazioni e diffondere il bere consapevole attraverso la formazione.

L'arte della valutazione dell'acqua

La valutazione della qualità dell'acqua non è un'operazione semplice o scontata, ma richiede un'analisi accurata su diversi fronti. Secondo Stefania Santini Simoncelli, l'idrosommelier considera una serie di parametri specifici suddivisi in tre categorie: «**Caratteristiche fisiche come la limpidezza, la temperatura e la presenza di gas disciolti, caratteristiche chimiche che includono il residuo fisso, il pH, la durezza e il contenuto di minerali, e infine le caratteristiche organolettiche come l'odore, il sapore e la sensazione in bocca**».

L'eccellenza di un'acqua è determinata da una combinazione di questi fattori. Per esempio, l'acqua deve essere perfettamente limpida e avere una temperatura ideale di 10-12 gradi Celsius. «Un residuo fisso basso indica un'acqua leggera, mentre un re-



siduo fisso alto indica un'acqua ricca di minerali», afferma.

Ma non sono solo le qualità intrinseche a contare; anche l'assenza di elementi indesiderati come i Nitriti e l'Arsenico è fondamentale. «I Nitriti sono un indice di inquinamento che può derivare da deiezioni animali o da insediamenti industriali. Livelli elevati di Arsenico possono comportare rischi per la salute».



Il boom dell'acqua di nicchia e la ricerca di unicità

Il mercato dell'acqua è guidato da un consumatore sempre più esigente e informato. «Cresce l'attenzione alla qualità dell'acqua - osserva Stefania Santini Simoncelli. - **I consumatori sono sempre più attenti a prodotti sicuri, sani e privi di impurità**». Ma la consapevolezza del pubblico non si limita solo alla qualità intrinseca dell'acqua. «Sempre più persone si rendono conto che l'acqua può essere un elemento importante nell'abbinamento con il cibo».

In questo contesto, sta prendendo sempre più piede quell'acqua che potremmo definire «artigianale»: una produzione, cioè, di nicchia e lontana dai canoni industriali. «Si tratta di acque prodotte da piccole aziende che utilizzano metodi tradizionali e rispettosi dell'ambiente» spiega Simoncelli. Queste acque si differenziano per sapore unico e provenienza dettagliata, spesso da sorgenti naturali.

«**Questo crescente interesse per l'acqua di piccoli produttori è anche legato alla ricerca di prodotti unici e caratteristici**». Con un mercato in espansione, le acque artigianali offrono un'alternativa alle grandi marche commerciali, andando incontro a un consumatore sempre più attento alla sostenibilità e all'unicità del prodotto che sceglie. «Questo è un segmento in forte crescita, e si prevede che continuerà a crescere nei prossimi anni», conclude Simoncelli.

L'idrosommelier al ristorante

La cura del dettaglio è sempre più presente nelle esperienze gastronomiche di alto livello, e ora include anche l'acqua minerale. Stefania Santini Simoncelli nota che «**sta diventando sempre più comune per i ristoranti avere una carta di Acque Minerali. Una descrizione dettagliata delle diverse tipologie di acqua, gli abbinamenti con il cibo e informazioni sulla provenienza dovrebbero essere sempre incluse nei menu**».

Quando si tratta di elevare ulteriormente l'esperienza culinaria, l'esperto gioca un ruolo chiave. «L'idrosommelier può aiutare il ristorante a sviluppare abbinamenti tra le diverse tipologie di acqua e i diversi piatti, esaltando il sapore di entrambi». Ma i benefici vanno oltre la mera selezione dell'acqua; coinvolgono una «migliore esperienza di degustazione, maggiore consapevolezza nella scelta dell'acqua da parte dell'ospite e un'esperienza più completa e memorabile». In sintesi, la consulenza di un idrosommelier può essere vista come un investimento significativo per un ristorante che aspira a offrire un'esperienza gastronomica veramente distintiva e personalizzata.

Il percorso per diventare idrosommelier

Per coloro che sono affascinati dal mondo dell'acqua e desiderano trasformare questa passione in una professione, c'è un percorso chiaro. «Corsi specifici per idrosommelier possono fornire una solida comprensione delle acque minerali, dalle loro proprietà fisico-chimiche agli abbinamenti con il cibo. Ma la formazione non è tutto; l'esperienza pratica è fondamentale. «Sperimentate le diverse tipologie di acque minerali. Sviluppate la vostra sensibilità gustativa allenandovi e confrontandovi con altri professionisti del settore». Il confronto con sommelier, chef e produttori di acque minerali può arricchire ulteriormente la comprensione del campo, rendendo l'aspirante idrosommelier non solo un esperto ma anche un vero appassionato. cod 100290

La scienza dell'abbinamento tra acqua e cibo

di ***Gabriele Pasca***

L'acqua, ingrediente chiave di ogni pasto, spesso è stata relegata a un ruolo secondario nell'esperienza gastronomica. Tuttavia, l'esigenza di selezionare l'acqua giusta per accompagnare i piatti è diventata una tendenza emergente del mondo culinario, proponendosi come una nuova frontiera di eleganza nella degustazione gastronomica.

Ogni tipo di acqua ha una sua identità, un profilo unico di minerali, anidride carbonica e pH, che ne definiscono le proprietà organolettiche. Le differenze possono essere sottili ma cruciali, in grado di trasformare ogni sorso in un'esperienza che può variare da dolce a salata, da piatta a frizzante, e da leggera a ricca di corpo.

Un delicato equilibrio

Per abbinare acqua e cibo con successo, è necessario considerare una varietà di fattori, tra cui la consistenza, il profumo, il sapore del cibo e le caratteristiche dell'acqua. Questo richiede una conoscenza approfondita e un palato raffinato. Ma come si realizzano abbinamenti eccellenti?

Tecniche di abbinamento

Abbinamento per concordanza: questa tecnica prevede l'abbinamento di acque e cibi con caratteristiche organolettiche simili. Per esempio, un dolce delicato potrebbe essere accompagnato da un'acqua leggera e dolce, mentre una carne rossa ricca e saporita potrebbe richiedere un'acqua minerale ricca e gasata.



Da sottili sfumature a contrasti sorprendenti: pH, residuo fisso e proprietà organolettiche dell'acqua si rivelano centrali sulla tavola gastronomica. I trend parlano chiaro e l'acqua è sempre più protagonista

Abbinamento per contrapposizione: questo metodo, più complesso da padroneggiare, cerca di bilanciare e contrastare le caratteristiche di cibo e acqua. Un piatto un po' grasso potrebbe essere equilibrato da un'acqua sapida, acidula e frizzante.

Esempi di abbinamenti

Consideriamo un pesce molto grasso come il salmone; l'acqua frizzante potrebbe esaltare il sapore ricco del pesce grazie alla sua capacità di pulire il palato e bilanciare il gusto.

Per piatti come risotti, un'acqua con bollicine medio-piccole potrebbe essere l'ideale. Il motivo? Le bollicine leggere possono bilanciare la cremosità del piatto senza sopraffare il sapore.

Pensiamo ora a un piatto robusto come la carne rossa. Un'acqua con bolle grandi, e con un residuo fisso intorno ai 500 mg/litro, può risultare l'ideale, bilanciando e contrapponendosi alla ricchezza del piatto.

Il pH dell'acqua: equilibrio acido-basico

Il pH dell'acqua indica quanto sia acida o basica e può variare su una scala da 0 (molto acido) a 14 (molto alcalino), con un pH di 7 considerato neutro. Acque con pH basso tendono ad avere un sapore leggermente aspro e possono percepirsi fresche e pungenti, mentre quelle con un pH elevato tendono ad avere un sapore più dolce e vellutato.

L'acqua con un pH neutro o leggermente alcalino potrebbe essere l'ideale per piatti ricchi e speziati, neutralizzando in parte il piccante e dando una sensazione di freschezza. D'altro canto, un'acqua leggermente acida potrebbe accompagnarsi bene con cibi dolci, bilanciando la dolcezza e aggiungendo un tocco di freschezza.

Residuo fisso: la ricchezza minerale dell'acqua

Il residuo fisso, espresso in mg/l, rappresenta la quantità totale di minerali solubili presenti nell'acqua e può indicarne "la durezza". Un'acqua con un alto residuo fisso è considerata "dura" ed è ricca di minerali, mentre un'acqua con un basso residuo fisso è "morbida" e ha meno minerali. Acque con un alto residuo fisso tendono ad avere un sapore più pieno e strutturato, grazie alla presenza di minerali come calcio, magnesio e bicarbonati. Sono ideali per piatti robusti e saporiti, come carni rosse o formaggi stagionati, perché la loro ricchezza può bilanciare e contrastare la complessità dei sapori.

Al contrario, le acque a basso residuo fisso hanno un sapore più leggero e delicato, rendendole perfette per piatti delicati come pesce al vapore o insalate fresche. La loro morbidezza può amplificare e sottolineare i sapori sottili e gli aromi dei piatti.

cod 100292

Oltre gli abbinamenti: consigli pratici

- **Etichette e informazioni**: un'accurata lettura delle etichette può rivelare molte informazioni su provenienza e composizione dell'acqua, aiutando a fare scelte informate.
- **Temperatura dell'acqua**: la temperatura può influenzare enormemente la percezione del gusto dell'acqua, e quindi il successo dell'abbinamento con il cibo.
- **Bicchieri appropriati**: un buon bicchiere può fare la differenza, mantenendo la temperatura e potenziando l'esperienza di degustazione.





Fonte Margherita 1845

L'acqua amica di ambiente e salute

Fonte Margherita 1845 è riconosciuta come l'acqua minerale delle incontaminate Piccole Dolomiti, imbottigliata nelle originali bottiglie in vetro e nel comodo brick eco-sostenibile. Ma la buona acqua minerale è anche nelle bevande e negli aperitivi rigorosamente analcolici.

Nei suoi tre stabilimenti Fonte Margherita 1845 viene distribuita in Italia e all'estero principalmente nel comparto Horeca e nel porta a porta nel Triveneto sebbene i suoi cinque marchi di storiche acque minerali delle Piccole Dolomiti (Fonte Margherita, Acqua Azzurra, Fonte Regina Staro, Fonte Lonera Staro, Sorgente Alba) consentono di presidiare tutti i canali distributivi.



È l'acqua minerale preferita dell'Horeca sia per il sapore neutro che la caratterizza e che contribuisce a esaltare il gusto dei cibi e dei piatti a cui si accompagna, sia per il design unico della bottiglia, ispirato a quello del passato: un design originale degli anni Sessanta rivisitato in chiave contemporanea.

L'acqua in brick che rispetta l'ambiente

Il brick Fonte Margherita è comodo, si può trasportare nella propria borsa e contiene l'acqua oligominerale naturalmente povera di sodio, che sgorga dalla sorgente Camonda. La confezione è in cartone interamente riciclabile, incluso il tappo, e consente un suo facile riuso. Piacevole e accattivante il suo design.

Non solo acqua

Gli aperitivi analcolici Spritz Zero, Gin Tonica Zero e il recente Bellini Zero sono gustosi drink realizzati con l'acqua minerale delle Piccole Dolomiti e selezionati aromi naturali, senza coloranti artificiali e senza alcool. Con questi tre aperitivi l'azienda promuove una forma di socialità responsabile: divertirsi e fare amicizie bevendo analcolici. Le bevande analcoliche Fonte Margherita 1845 sono disponibili in otto gusti diversi, realizzate con acqua minerale delle Piccole Dolomiti, aromi naturali e soltanto zuccheri della frutta. Niente coloranti artificiali per una bibita in vetro sana e gustosa che rispetta l'ambiente e la genuinità del Made in Italy. cod 99786

Fonte Margherita 1845
0445 660110
www.fontemargherita.com



MOLINO DALLAGIOVANNA PRESENTA

PIZZA BIT

competition

3 EDIZIONE

LE ISCRIZIONI CHIUDERANNO IL 30 NOVEMBRE!

dallagiovanna.it

MEDIA PARTNER



Frizzante o naturale, purché di lusso «Una bottiglia può costare 10 mila euro»

di ***Gabriele Pasca***

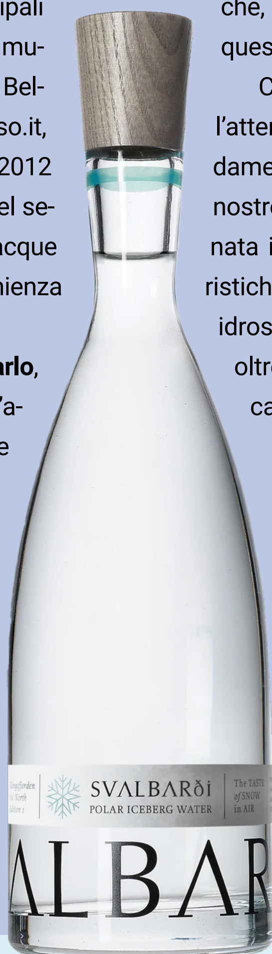
«C'*è acqua, acqua dappertutto, ma nemmeno una goccia da bere,*» scriveva il poeta Samuel Taylor Coleridge nel suo «La ballata del vecchio marinaio». Se il dilemma affrontato da Coleridge era l'abbondanza senza accesso, oggi il contesto è radicalmente diverso. Pur rimanendo una risorsa vitale, l'acqua ha assunto nuove dimensioni che trascendono la mera necessità di idratazione. Nel contesto italiano, è diventata anche un emblema di lusso e distinzione sociale. Uno dei principali protagonisti di questa mutazione culturale nel Belpaese è Acquedilusso.it, un'azienda fondata nel 2012 che si è specializzata nel selezionare e distribuire acque «premium» di provenienza globale.

Giacomo Giancarlo, fondatore e Ceo dell'azienda, ci spiega che «in Italia non c'era un'offerta di acque dal mondo» e ha quindi deciso di andare a occupare questa nicchia di mercato. Tuttavia, entrare in un segmento di mercato come questa richiede una certa sensibilità verso il prodotto e il consumatore. Acquedilusso.it non si limita a vendere semplicemente «acqua in una bottiglia»; piuttosto, l'azienda si sforza di creare un'esperienza distintiva.

Mentre l'acqua di lusso può essere vista da alcuni come una stravaganza, Giancarlo sottolinea la versatilità del mercato: «da un lato, serviamo molti ristoranti di alto livello, molti dei quali stellati. Dall'altro, il nostro e-commerce è dedicato a una clientela «premium» con una percentuale di circa il 50% di clienti ricorrenti e il 50% di clienti occasionali». La dualità del mercato dimostra che, nonostante le critiche, esiste una domanda per queste acque esclusive.

Con oltre 200 referenze, l'attenzione ai dettagli è fondamentale. «Ogni acqua nel nostro portafoglio è selezionata in base alle sue caratteristiche organolettiche da due idrosommelier dell'azienda, oltre a me», afferma Giancarlo.

Una delle acque più particolari è l'acqua **Svalbardi**, «Una bottiglia che costa circa 10.000 euro, ma che al momento non è disponibile alla vendita», dice Giancarlo. Ma cosa giustifica un prezzo così elevato? Oltre al processo di estrazione da iceberg millenari, c'è una produzione estremamente limitata. «Ogni spedizione produce solo 13.000 bottiglie di acqua potabile pura; ogni lotto è quindi un'edizione limitata».



L'acqua **Fillico**, al prezzo di 200 euro a bottiglia, offre un altro tipo di esclusività. Proviene da una fonte giapponese famosa per la produzione dei migliori Sakè e le bottiglie sono ornate con cristalli Swarovski. «È un prodotto che va oltre l'idratazione, diventando un vero e proprio oggetto di design», si legge sul sito.

Con un prezzo di circa 90 euro a bottiglia, l'acqua **Nevas** è un'altra opzione per gli intenditori. «Ha texture perlacea proprio come uno champagne - afferma Giancarlo - ed è prodotta dall'assemblaggio di cuvée di acqua provenienti da due fonti artesiane». Entrambe le fonti hanno diverse centinaia di anni e conferiscono all'acqua, attraverso i loro speciali strati rocciosi, un alto contenuto di minerali, in particolare di calcio naturale. E, come per i migliori champagne, anche Nevas è chiusa da un tappo di sughero.

Si pone la questione se l'interesse per queste acque esclusive sia un fenomeno di breve durata o un mercato in crescita. Secondo Giancarlo, l'obiettivo dell'azienda è semplicemente ampliare la gamma delle acque di alta qualità disponibili. Resta da vedere se questa ambizione si trasformerà in un trend stabile o se resterà un segmento di mercato limitato. cod 100306

Ad ogni vino... la sua acqua!



Il pairing tra acqua e vino è spesso sottovalutato, ma l'acqua influenza il gusto del vino e di altre bevande in molti modi. Come tutti sappiamo: non esistono due acque uguali. Per sua origine si differenzia per il tipo e la quantità di mineralizzazione. Simile al vino che varia ampiamente a seconda del vitigno, della posizione, del suolo e della maturità, anche l'acqua differisce a seconda del tipo di terreno attraverso il quale scorre e arriva a destinazione.

Ad esempio, l'acqua potabile che ha un alto contenuto di minerali proviene da zone in cui scorre oltre il calcare e dissolve numerosi minerali. In altre regioni con sottosuolo di arenaria o granito, l'acqua è molto più dolce e quindi meno ricca di calcio e magnesio. Questi diversi tipi e combinazioni di rocce consentono infinite varietà di gusto nella nostra acqua potabile.

L'acqua giusta per ogni vino

È molto importante trovare il giusto abbinamento tra acqua e vino, perché il sapore dell'uno influenza il flavour dell'altro. L'acqua influisce sul gusto del vino in diversi modi: può accentuare, mascherare o amplificare attributi come acidità, astringenza e fruttato. L'abbinamento di un vino rosso corposo con l'acqua frizzante aumenta l'amaro e l'astringenza dei tannini, ecco perché l'acqua naturale è la scelta migliore.

I minerali non sono gli unici responsabili del fatto che un'acqua si adatti o meno a un vino. Anche la quantità di anidride carbonica gioca un ruolo importante.

Di seguito viene fornita una panoramica di base di come interagiscono acqua e vino.

Naturale

Caratteristiche: liscia

Impatto sul vino:

- Bilancia l'acidità
- Riduce i sapori amari e l'astringenza dei tannini
- Scelta ottimale per vini rossi corposi e vini bianchi secchi

Lievemente Frizzante

Caratteristiche: leggermente stimolante

Impatto sul vino:

- Accentua i sentori fruttati
- Bilancia vini lievemente dolci
- Si abbina perfettamente a vini di media acidità

Frizzante

Caratteristiche: stimolante

Impatto sul vino:

- Amplifica l'acidità
- Bilancia la dolcezza
- Abbinamento ideale per vini dolci

Le preferenze di gusto sono modellate da una serie di fattori e ovviamente variano da persona a persona. Di conseguenza, ognuno dovrebbe cercare di trovare la combinazione di acqua e vino che meglio si adatta ai propri gusti individuali. Le "regole" per l'abbinamento vino e acqua sono simili all'abbinamento vino e pietanze. Ad esempio l'acidità di un'insalata ricca di aceto si moltiplica se abbinata all'acidità di un Riesling. Quindi il consiglio sarebbe quello di abbinare a un vino con meno acidità, come le varietà Bordeaux, che sono a basso contenuto di acidi.

cod 100599

Brita
035 2034447
www.brita.it

Intelligenza artificiale e tecnologia

A Host 2023 l'Horeca guarda al futuro



di ***Gianluca Pirovano***

I numeri non dicono tutto, ma dicono tanto. Oltre 180mila i visitatori professionali, tra i quali spicca l'incidenza di operatori internazionali da 166 Paesi, che ha superato il 42% del totale. Oltre che da nazioni europee come Germania, Francia, Spagna, Svizzera e Regno Unito, delegazioni particolarmente numerose si sono registrate dal Nord e Sud America (1 su 10), Paesi del Golfo e Asia (circa 1 su 5). Questi, in sintesi, i numeri dell'edizione 2023 di Host a Milano. Numeri che non raccontano, però, l'importanza della fiera e dei suoi contenuti. Host si è confermata, infatti, uno dei punti di riferimento per l'innovazione nell'ospitalità professionale, il fuoricasa e il food retail. Un'occasione importante per discutere delle sfide che l'Horeca dovrà affrontare in futuro, ma anche per ribadire l'importanza di mantenere radici salde con il passato.

L'intelligenza artificiale a Host 2023

Un ruolo importante nel futuro prossimo del mondo e, quindi, anche di ristorazione e accoglienza lo giocherà senza dubbio l'intelligenza artificiale. Un argomento che, quindi, è stato per forza di cose molto presente nel dibattito a Host. Non solo: alcune aziende hanno anche già applicato l'intelligenza artificiale alle loro proposte e l'hanno raccontato direttamente in fiera. Un'occasione importante per toccare con mano una fetta di futuro. Un esempio è il primo forno con intelligenza artificiale, presentato da Welbilt. Ma cosa vuol dire? «Vuol dire che questo forno è capace di vedere tramite una videocamera il prodotto che inserisco - ha spiegato **Samuele Zani**, direttore commerciale dell'azienda - Facciamo un esempio con i croissant: inserendo i croissant, il visore vede il tipo di prodotto inserito, dopodiché si chiude la porta a scomparsa, altro nostro brevetto, e fa partire le cotture. Dall'altra parte, se inserisco un prodotto non compatibile il forno mi dice di toglierlo perché non compatibile con questo tipo di cottura».

Welbilt non è, però, l'unica realtà ad aver deciso di investire in maniera importante sull'intelligenza artificiale. Esmach, per esempio, a Host non ha portato un singolo prodotto, ma una tecnologia che coinvolge a tutto tondo la sua proposta. «Stiamo applicando l'intelligenza artificiale alle nostre macchine che hanno un pannello che dialoga con l'operatore - ha svelato **Giacomo Bonfiglioli**, amministratore delegato di Esmach - E la stiamo applicando a tutta la nostra produzione». L'ennesima dimostrazione di come con l'intelligenza artificiale, volenti o nolenti, sarà necessario fare i conti.

Intelligenza artificiale che va a braccetto con la digitalizzazione, altro tema che ad Host ha giocato un ruolo molto importante. Se ne è discusso



anche in una tavola rotonda dal titolo **"La sfida digitale per bar e ristoranti: come cambia la gestione delle imprese"**, promossa da Italia a Tavola e organizzata da Fipe-Confcommercio. All'appuntamento hanno preso parte **Pietro Caprara** (Head of Digital Business METRO Italia), **Enrico Derflinger** (Presidente Euro-Toques International), **Matteo Musacci** (Vicepresidente Fipe-Confcommercio) e **Alfonso Iannotta** (Marketing Director di Roadhouse). Proprio METRO negli ultimi anni ha investito parecchio in tema di digitalizzazione, muovendosi in due direzioni. Da un lato, offrendo una serie di servizi che rendono molto più semplice fare acquisti, dall'altro proponendo consulenze mirate per digitalizzare i pubblici esercizi.

Tecnologia nell'Horeca, un pilastro di Host

Se l'intelligenza artificiale è, senza dubbio, l'orizzonte più avanzato con cui si deve confrontare oggi il mondo dell'Horeca, il tema più generale e sempre di attualità è la tecnologia in ogni sua sfaccettatura. Tecnologia che non deve essere un semplice vezzo, ma declinarsi completamente a sostegno dei professionisti della ristorazione e dell'accoglienza. Anche in questo senso, Host non ha tradito le aspettive, con numerose novità che tracciano la strada per il futuro. Alcuni esempi? Quello per certi versi più estremo, anche se sempre più diffuso, è stato portato da Cei Systems con i suoi robot. Lo scorso anno l'azienda aveva già presentato quelli pensati per il servizio al tavolo e l'accoglienza, ora ne ha aggiunto uno per il servizio in camera. Si digita il numero di stanza, si inserisce il cibo o ciò che serve nella pancia del robot e questi si dirige direttamente alla stanza. Ci sono, poi, soluzioni a cui siamo più abituati, ma che evolvono e si migliorano in maniera costante. Stiamo parlando, per esempio, di Passepartout e dei suoi software gestionali, che permettono al ristoratore di monitorare con semplicità tutti gli aspetti della sua attività e ai clienti di avere facilmente accesso a menu e proposte.

Come dicevamo, però, tecnologia significa anche migliorare e rendere maggiormente fruibile ciò che c'è già. Come? Abbattendo i costi grazie a una gestione mirata di acqua e bevande. La proposta avanzata da Zerica a Host è proprio questa: tramite la tecnologia, garantire risparmio e semplicità di gestione. Acqua e tecnologia che si fondono anche con Brita: in fiera a Milano l'azienda ha portato, tra le varie novità, l'applicazione della cosiddetta "Internet delle cose", "Internet of things", la testata intelligente, quindi la possibilità che la testata dei suoi filtri faccia un ricalcolo continuo della qualità dell'acqua per settare il filtro professionale nel migliore dei modi per ogni diversa condizione d'acqua che entra nel filtro.

Tecnologia, dicevamo, al servizio dei professionisti. In cucina è così da tempo e il panorama si arricchisce ogni volta di nuovi spunti. Oltre agli esempi già citati, possiamo sottolineare i nuovi touchscreen dei forni Tecnoinox, ma anche, parlando di gelati e pasticceria, le attrezzature di Staff Ice System che, grazie all'utilizzo della tecnologia, rendono più semplici le preparazioni. E, ancora, Rational e i suoi forni, da sempre in prima linea per quanto riguarda lo sviluppo tecnologico. A Host l'azienda ha portato l'iCareSystem AutoDose, un sistema integrato di pulizia offerto come opzione per le unità da tavolo iCombi Pro. Anche Meiko si è mossa nella stessa direzione, presentando, tra le altre cose, M-iClean H con QuickDry per eccellenti risultati di asciugatura e basso consumo energetico. Risparmio energetico che ha un peso duplice: strizza l'occhio all'ambiente e permette alle attività di risparmiare sulla bolletta. Non a caso Angelo Po ha lavorato con particolare attenzione sui suoi frigoriferi, riuscendo a garantire un risparmio annuo di circa 300 euro.

Piatti, bicchieri, arredamento: una base solida su cui costruire

È un mondo che va veloce, quello di Host, ma che non di dimentica delle sue radici. Ci sono tecnologia e intelligenza artificiale, ma ci sono anche design e attenzione al prodotto. ➔







Aspetti che costituiscono una base solida da cui partire per costruire il futuro e che in alcuni casi fungono anche da ideale ponte tra la tradizione storica di ristorazione ed accoglienza e prospettive future. Parliamo, per esempio, dei bicchieri, che rivestono un ruolo centrale in bar e ristoranti. Rcr Cristalleria punta proprio alla valorizzazione della tradizione attraverso proposte sempre nuove. Una su tutte, il nuovo calice pensato per lo Spritz, una nuova maniera di interpretare un cocktail tradizionale. Blueside, invece, ha presentato il bicchiere Alfredo, perfetto mix tra design e funzionalità, mentre, restando in tema di contenitori, Pavoni ha annunciato tutte le novità dei suoi stampi in silicone. Parliamo anche di posate e coltelli. Chs ad Host ha portato la sua nuova linea in porcellana e quelle monouso in legno, mentre Friedr.Dick ha presentato la sua linea di coltelli per chef e amanti del barbecue. Parliamo, infine, anche dei fornelli, che devono essere allo stesso tempo belli e funzionali: Arc (parte del gruppo Sabaf) ha mostrato agli addetti ai lavori l'evoluzione di una serie di bruciatori unici nel loro genere e frutto di anni di ricerca.

La cucina, però, è tante cose insieme. È design e funzionalità, come abbiamo detto, ma è anche stile e gusto. Stile che racconta Giblor's, con il suo abbigliamento per cucina e sala che è un equilibrio tra tecnologia (per i nuovi tessuti), moda (per le proposte sempre nuove) e la già citata e onnipresente funzionalità (per la comodità dei vestiti), ma che raccontano anche realtà come Della Marta, con le sue vetrine e i suoi quadri-vino, o come Tecnoarredamenti, che da cinquant'anni si occupa della progettazione di locali, bar e ristoranti. Al gusto, invece, ci pensano aziende che lavorano su attrezzature tradizionali, rinnovandole e dando loro grande importanza. Imperia Monferrina, per esempio, che ad Host ha portato una nuova macchina per la pasta ruvida, o Eureka 1920, che progetta e produce macinacaffè che mixano eleganza e design moderno, o ancora Alfa Forni, che ha rinnovato il design delle sua attrezzature per la pizza. C'è, infine, chi esce un po' dagli schemi, come fa Vestaboard, che ha trasformato l'idea di menu ispirandosi ai tabelloni degli aeroporti e delle stazioni.

Il cuoco è un lavoro usurante?

In questo viaggio tra gli spunti e le novità di Host un argomento è sempre rimasto sullo sfondo, presente, ma non in primo piano. Stiamo parlando delle persone che lavorano nel mondo dell'accoglienza e della ristorazione. Un argomento non di certo di secondaria importanza, ma che anzi tiene banco ogni giorno quando si parla del futuro di hotel, bar e ristoranti. Host non poteva, quindi, esimersi da mettere questo tema al centro e lo ha fatto anche con un dibattito specifico, che ha visto come moderatore **Alberto Lupini**, direttore di Italia a Tavola, e intitolato **"La professione del cuoco: mestiere usurante?"**. Ad intervenire, numerosi nomi importanti del comparto e non solo: il vice presidente del Senato **Gian Marco Centinaio**, **Giuseppe Ferraro**, responsabile del Dipartimento Lavoro della Fic e Presidente dell'Associazione Cuochi Senesi, **Giovanni Guadagno** responsabile nazionale del Dipartimento Tecnico-Professionale, il Presidente della Fic **Rocco Pozzulo** e **Alessandro Circiello**, media & public affairs Federazione italiana cuochi e membro di Euro-Toques. Un'occasione per riportare al centro l'importanza delle persone e di un ambiente di lavoro sano. Perché, al di là della tec-



nologia, del design, del gusto e di ogni aspetto che ruota attorno al mondo Horeca, il futuro deve avere, per forza di cose, le persone e il loro benessere al centro. cod 100349

Cibo, tutte le novità più interessanti ad Host 2023

Un tema certamente centrale oggi e, in prospettiva, anche nel prossimo futuro è quello del "green" e delle sue mille sfaccettature. Un tema che è emerso prepotente anche ad Host 2023 e che ha visto, tra i protagonisti, **Julius Meinl**. La storica torrefazione viennese ha, infatti, portato a Milano la sua visione del caffè biologica e sostenibile. Nello specifico, stiamo parlando di Julius Meinl The Originals Bio per Fairtrade.

Attenzione all'ambiente vuol dire, in molti casi, anche valorizzare la cucina vegetale. Una missione che persegue la **FunnyVeg Academy**, ospite ad Host dello stand di KitchenAid. E proprio in fiera, la scuola di cucina ha dato vita a spettacoli culinari e degustazioni di prodotti 100% vegetali, privi di derivati animali, adatti a chi è intollerante a latticini, uova e burro, valorizzando al meglio i prodotti **Bonduelle Food Service**.

Bindi ha presentato la sua linea Autunno/Inverno 2023, con una linea che va dalla colazione al dopocena, pensata espressamente per bar e hotel. Una linea che, ogni anno, si arricchisce di nuove proposte, che seguono i gusti del mercato, vedi il maritozzo, e puntano alla qualità di ingredienti e ricette, vedi la nuova Venere Nera con crema alla nocciola del Piemonte Igp.

C'è chi, invece, ha deciso di cambiare completamente volto ed ha svelato la sua nuova immagine proprio ad Host. Stiamo parlando di **Essse Caffè**, che a Milano oltre al restyling di immagine ha presentato moltissime novità per il mondo della caffetteria. Novità



che, come da tradizione, si muovo in perfetto equilibrio tra la funzionalità e il design. Un esempio? Le campane in latta per macinadosatore. Senza dimentaticare, poi, l'importanza di ampliare i propri orizzonti. Come? L'azienda e Sebastiano Caridi, brand ambassador 2023, hanno firmato un panettone al caffè in cui l'aroma del blend più pregiato si unisce alla dolcezza del caramello, con ben 62 ore di lavorazione.

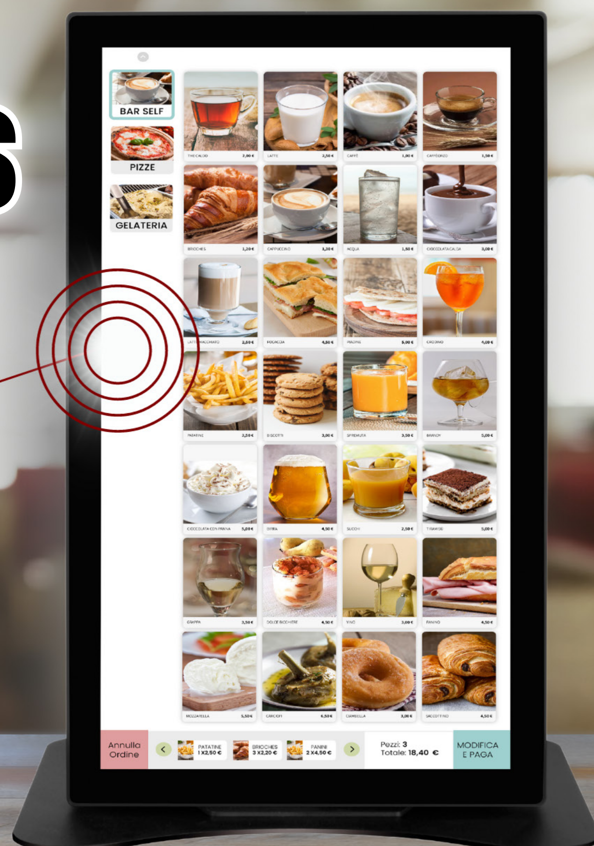
D'altronde il mondo dei lievitati è in gran fermento e ha trovato spazio anche ad Host, che ha ospitato il **Campionato mondiale del panettone** a squadre. Ad aggiudicarselo è stata l'Italia, secondo classificato il Giappone e terzo posto per l'Argentina. Ospite d'onore Pierre Hermé, miglior pasticcere del mondo 2016 per l'Academy of World's 50 Best Restaurants. Protagonista fondamentale, invece, Magistrale, la farina di **Agugiaro & Figna**, ideata insieme all'Accademia dei maestri del lievito madre, materia prima d'eccezione, fiore all'occhiello della gamma Le Sinfonie, dedicata alla grande tradizione artigianale della pasticceria.

Se il panettone sta vivendo la sua età dell'oro, la pizza non sembra voler mai scendere dalla cresta dell'onda. Non a caso è stata anche lei tra le protagoniste di Host. Lo è stata con **Molino Dallagiovanna**, che ha annunciato la riapertura delle iscrizioni per la terza edizione del Pizza Bit Competition. Di cosa si tratta? Della gara che va a definire il brand ambassador dell'azienda (le iscrizioni chiudono il 30 novembre). Una competizione che entrerà nel vivo nei prossimi mesi e che ha come orizzonte Sigep 2024.

La pizza è stata, però, grande protagonista anche allo stand di **AB Mauri**, che ne ha esaltato una delle sue mille declinazioni. L'azienda bresciana, infatti, ha presentato ai visitatori le nuove ricette del format "Le Preferite" con le basi Scrocchiarella. Pensate appositamente per l'esigenze di bar e ristoranti, sono preparate con ingredienti della tradizione artigianale italiana, come il lievito madre, farine selezionate e olio extravergine d'oliva dell'Azienda Coppini Arte Olearia di Parma, e vengono realizzate adottando processi di lavorazione artigianale, con tempi lunghi di lievitazione, per ottenere il massimo della fragranza, del profumo e della digeribilità. cod 100359

Totem CEI Systems





La naturale evoluzione del punto cassa

CEI Systems è una realtà specializzata dal 1986 nella progettazione e realizzazione di Sistemi per la Ristorazione. Il Totem interattivo CEI è la naturale evoluzione del Punto Cassa, un sistema completo di ordinazione che permette di esplorare il menu nel dettaglio, personalizzare gli ordini e effettuare pagamenti anche senza contanti. L’industria della ristorazione è in costante evoluzione, spinta dalle esigenze dei consumatori e dall’innovazione tecnologica. In questo contesto dinamico, l’adozione di nuovi sistemi sta diventando una priorità per i ristoratori che desiderano rimanere competitivi.

Il Totem CEI è una soluzione altamente personalizzabile che coniuga tutta l’affidabilità dei prodotti CEI in un sistema all-in one per ottimizzare le code e migliorare l’efficienza del tuo ristorante. Dotato di schermo touchscreen interattivo da 32” e software proprietario, consente di integrare più apparecchiature adattandosi alle esigenze della tua attività.

L’integrazione con diverse periferiche consente di monitorare incassi e trasmettere le comande direttamente al Sistema di Cassa ma non solo… vediamo nel dettaglio le soluzioni che CEI offre.

Totem interattivo CEI: 4 versioni, infinite combinazioni

Il Totem CEI è personalizzabile in diverse modalità di installazione per valorizzare al massimo il tuo ristorante:

IL TOTEM CEI

- **Design elegante nero**
- **Schermo touchscreen interattivo da 32”**
- **Software di analisi Smart Manager progettato per verificare l’andamento del locale**
- **Punto cassa CEI T15 con software proprietario PV200 per una completa gestione del locale**
- **Stampante Comande spr 15**
- **POS**



- Totem CEI con Cassetto Rendiresto automatico Cashmatic
- Totem CEI con CassettoRendiresto Glory CI-5
- Totem CEI con box Stampante Telematica e Pos
- CEI Totem da banco

Perfetto come soluzione cassa grazie alla stampante fiscale integrata o come Totem per ordinazioni self-service elimina-coda grazie alle periferiche opzionali che consentono numerose funzioni di utilizzo. Un sistema su misura per ogni esigenza che può essere venduto separatamente e modulabile secondo le proprie necessità.

Il **Totem CEI funziona da importante touchpoint tra i clienti e il ristorante**, offrendo un’ampia gamma di potenzialità per migliorare l’esperienza nel locale.

È possibile **personalizzare il Totem CEI per rispondere alle esigenze specifiche del tuo business**. Dotato di schermo touch-screen ad alta risoluzione per una navigazione intuitiva e di menu interattivo e personalizzabile con immagini e descrizioni dettagliate dei piatti. I clienti possono modificare i loro ordini in base a preferenze o restrizioni alimentari rendendoli partecipi dell’esperienza di acquisto.

Il **Totem CEI riduce i tempi di attesa** e libera il personale per affrontare compiti più specializzati, migliorando l’efficienza complessiva dell’attività. L’integrazione diretta con il sistema di gestione del ristorante trasmette direttamente gli ordini in cucina minimizzando gli errori e migliorando la gestione del ristorante.

Inoltre è compatibile con sistemi di pagamento sicuri elettronici o tramite dispositivi mobili.

Il **Totem CEI può essere facilmente integrato con il tuo sistema gestionale** semplificando il flusso di lavoro ed è una **soluzione tecnologica completa** che offre vantaggi significativi sia per le attività che per i clienti. Con la sua interfaccia utente intuitiva, la personalizzazione delle schermate e l’efficienza operativa, l’adozione del Totem CEI consente ai locali di offrire un **servizio più rapido e personalizzato** e ai clienti un’esperienza più soddisfacente. cod 100740

CEI Systems
011 4081448
www.ceisystems.it



GourmeXpress

La rivoluzione della velocità secondo Electrolux Professional

GourmeXpress permette di servire pietanze deliziose in maniera facile e veloce. Con la sua versatilità potrai rosolare, grigliare e riscaldare grazie alla combinazione di tre metodi di riscaldamento: microonde, convezione e impingement. Tutto questo con il minimo sforzo, infatti GourmeXpress è progettato ergonomicamente per facilitare le operazioni di cottura.

Inoltre, grazie all'interfaccia touch, è facile e intuitivo da usare, e questo permette di ridurre al minimo il tempo di formazione degli operatori. Seleziona una delle 1024 ricette memorizzabili e GourmeXpress farà il resto, oppure, grazie alla pistola scanner sarà sufficiente richiamare la ricetta preimpostata tramite il codice a barre dedicato: più facile a farsi che a dirsi! GourmeXpress non è solo sinonimo di velocità e semplicità ma anche di risparmio energetico infatti, impostando la modalità "Energy Save", il consumo è pari a 0,5 kWh!

GourmeXpress è ideale per tutti i tipi di locali

GourmeXpress è la soluzione ideale per diversi tipi di attività come, per esempio, i locali che lavorano molto con i cibi d'asporto, ma anche per gli hotel, che necessitano di soluzioni per garantire un servizio veloce e spesso fuori orario, oppure per i ristoranti per gestire le ore di punta e un numero di ordinazioni maggiore.

I forni High Speed sono sempre più presenti anche nei bar e locali che servono cibo durante tutto l'arco della giornata e, anche in questo caso, GourmeXpress è la soluzione che permette di facilitare il flusso di lavoro e, perché no, di ampliare il menu offerto ai clienti facendo crescere sempre più il proprio business. Inoltre, lo spazio non è un problema, perché GoumeXpress è compatto e può essere comodamente posizionato anche nelle aree a vista del bancone bar.

Stefano Sangion, Business development di Electrolux Professional afferma: «GourmeXpress è un'ottima soluzione per servire cibi deliziosi in modo rapido e costante, consente di offrire un menuù più ricco anche quando si tratta di pasti veloci e permette di essere sempre in linea, pronti a servire i clienti in qualsiasi momento». cod 100456

Electrolux Professional
0434 3801
www.electroluxprofessional.com

Extra Ordinario



Extra Brut

All'evoluzione del gusto, nazionale ed internazionale, verso bollicine particolarmente piene e secche, Marsuret risponde con la fresca eleganza del suo Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG Extra Brut "Amolèr". Uno spumante asciutto, di grande struttura e ricchezza minerale. Raffinatissimo grazie al suo sapore leggermente acidulo e fruttato.



marsuret.it

Caseley | Giovara









Timeless
Qualità senza tempo

RCR si distingue da sempre nei mercati dell'arredo tavola e del mixology di tutto il mondo grazie alla sua qualità.Tutti i prodotti sono realizzati in LUXION®, il vetro sonoro superiore brevettato e riciclabile all'infinito, che ha tra le sue caratteristiche principali un' eccellente performance in termini di resistenza, trasparenza, brillantezza e sonorità.

Come afferma l'Amministratore Delegato **Roberto Pierucci**: «Diffondere la cultura della qualità significa condividere uno stile virtuoso e creare un ponte verso il futuro. Il rispetto verso i consumatori si dimostra offrendo prodotti di qualità».

Non è un caso che quest'anno l'azienda toscana abbia deciso di lanciare un'estensione della linea Timeless con l'obiettivo di soddisfare le sempre maggiori esigenze del consumatore finale. E lo ha fatto in un modo alquanto particolare, facendo un salto nel '700 con la nascita della coppa da champagne. La leggenda narra che per creare il calice perfetto, la **coppa champagne** sia stata modellata sul seno della celebre regina Maria Antonietta, moglie di Luigi XVI.

RCR non poteva non prendere ispirazione da una storia così coinvolgente; per questo è nato il nuovo calice champagne Timeless adatto all'utilizzo delle bollicine e a tutto il settore mixology. Un prodotto richiestissimo per non passare inosservati!

Vi ricordate il misterioso James Bond in 007? La sua celebre frase: "agitato, non mescolato" veniva pronunciata tutte le volte che ordinava il suo dry martini. Da oggi in poi sarà possibile ricreare questo storico cocktail nel nuovo **calice Martini Timeless RCR**. Un prodotto forte, deciso ed estremamente elegante che rappresenta il simbolo per eccellenza dei grandi film americani.

A completamento della linea troviamo infine il **Calice Cocktail Timeless**, perfetto sia per un gin tonic da veri intenditori, ma anche per altre fantasiose creazioni di cocktail, frutta e dessert. cod 100368

RCR Cristalleria Italiana
0577 910111
www.rcrcrystal.com



Insieme, impegniamoci in

Percorsi d'Eccellenza

Pierre Gagnaire
Chef pluristellato
Testimonial Elle & Vire Professionnel®

Scegliere il miglior territorio
Gestire meglio le risorse
Condividere il meglio
Nutrire meglio le persone





Sapore genuino

Scopri di più sul nostro approccio sul sito **www.elle-et-vire.com/it/it/pro** e sulla pagina Instagram **@elleetvirepro_it**



Smartglass

Una nuova dimensione nell'interazione con i clienti

Il calice Harmony è il "fiore all'occhiello" dell'azienda, tutti hanno provato ad imitarlo, ma l'originale è solo di Rastal: perfettamente bilanciato e con un rapporto qualità prezzo che è il migliore sul mercato. La gamma è molto ampia con capacità da 11, 23, 30 (coppa Champagne), 35, 53, 72 cl perfette per gestire un servizio completo dal pre al post dinner.

Il focus di Rastal resta sempre la realizzazione di calici che possano enfatizzare sia il momento della degustazione che ottimizzare i costi di gestione grazie a forme e materiali perfetti per l'utilizzo in ristorazione. Le nuove linee hanno forme sinuose: Exilles con una coppa accogliente che è stata realizzata dopo un'attenta valutazione effettuata dai sommelier Aspi; Maui, soffiati a bocca hand made leggerissimi ed elegantissimi e Luxor 49 Vinitaly (studiato apposta per Vinitaly) calici in cristallino, funzionali per la degustazione di molteplici tipologie di vino.

Il percorso di azienda che innova il mondo beverage è nel DNA di Rastal e che da qualche mese ha introdotto sul mercato italiano il brevetto esclusivo Smartglass® powered by Contatto DiVino, il bicchiere che senza dover scaricare nessuna app parla e consente di dialogare direttamente con i produttori, i gestori dei locali e i consumatori.

Rastal guarda al futuro, senza dimenticare che uno dei punti forti è da sempre la decorazione: serigrafia tradizionale o UV, incisioni laser, satinatura, decal, spruzzatura, con grande flessibilità nei lotti produttivi e la possibilità di utilizzare il colore anche per piccole quantità. Oltre al prodotto, Rastal, vanta un servizio veloce, puntuale ed efficiente che rappresenta da sempre un elemento di eccellenza e permette ai clienti di minimizzare lo stock presso i loro magazzini.

cod 100760



Rastal Italia
0523 883805
www.rastal.it







bevi sempre responsabilmente

Asti Spumante DOCG  Moscato d'Asti DOCG



VISIT **astidocg.it**
FOLLOW

Taleggio DOP

Una storia millenaria tutelata dal Consorzio

Il Taleggio DOP vanta una storia antica, originario della Val Taleggio e della Valsassina ha conquistato ben presto tutto lo stivale con il suo gusto morbido e fresco. Nasce nel 1979 il Consorzio di Tutela del Taleggio DOP

Il Taleggio DOP è una vera e propria gemma nel mondo dei formaggi italiani, un prodotto di eccellenza con radici storiche antichissime. La sua storia risale a prima del X secolo, e documenti risalenti al 1200 testimoniano l'importanza di questo formaggio nei commerci e negli scambi della regione Lombardia.

Originario della Val Taleggio e della Valsassina, fu inizialmente creato come soluzione per conservare il latte eccedente il consumo diretto. Il formaggio veniva prodotto e poi stagionato nelle "grotte" o casere di vallata, dove poteva essere scambiato con altri prodotti o commercializzato.

Dalla tradizione padana alla produzione tutto l'anno

Con l'aumento costante della sua popolarità, la produzione si è espansa nella pianura Padana. Molti piccoli e medi caseifici hanno operato in questa zona, combinando con maestria la tecnologia produttiva tradizionale e le innovazioni tecnologiche che si sono susseguite in quasi mille anni di storia. Oggi, la produzione di Taleggio DOP avviene durante tutto l'anno, non solo nelle montagne d'origine, ma anche in numerose strutture artigianali e grandi caseifici in pianura.

La Denominazione di Origine Protetta (DOP) è un riconoscimento che sottolinea la tradizionalità e la qualità del Taleggio DOP. Con il Decreto del Presidente della Repubblica del 15 settembre 1988 e il Regolamento CE 1107/96, il Taleggio è stato ufficialmente riconosciuto come formaggio DOP. Ciò significa che può essere prodotto solo in specifiche zone e utilizzando latte provenien-

te da stalle situate in queste stesse zone, soggette a un rigoroso sistema di controllo.

Il Taleggio DOP deve essere prodotto e stagionato esclusivamente in Lombardia (nelle province di Bergamo, Brescia, Como, Cremona, Lecco, Lodi, Milano, Pavia, Monza e Brianza), in Piemonte (nella provincia di Novara e Verbano-Cusio-Ossola) e in Veneto (nella provincia di Treviso).

A dimostrazione della sua importanza, il Taleggio DOP è anche soggetto a restrizioni geografiche per garantirne la qualità. Nel 2022, le province sopra menzionate hanno prodotto una notevole quantità di Taleggio DOP, confermando la sua rilevanza nel settore caseario.

Dal 1979 l'azione del Consorzio di Tutela per difendere la DOP

Il Consorzio Tutela Taleggio DOP, costituito nel 1979, è il custode e promotore di questa eccellenza casearia. L'associazione è composta da caseifici, stagionatori e produttori di latte, oltre a circa 80 aziende che utilizzano il marchio Taleggio sui loro prodotti.

Il Consorzio si dedica a tutelare, migliorare la qualità e promuovere la produzione e il commercio del Taleggio DOP. Tra i suoi principali obiettivi, spiccano le azioni promozionali a livello nazionale e internazionale, la verifica del corretto uso della denominazione "Taleggio DOP" e la conformità del prodotto, gli studi in collaborazione con istituti universitari e di ricerca, l'assistenza tecnica ai produttori e un'educazione alimentare mirata.

Per svolgere con successo le sue attività, il Consorzio collabora strettamente con istituti di ricerca, università e organi di controllo, garantendo la preservazione e la promozione di questo formaggio straordinario. Il Taleggio DOP è una testimonianza vivente della ricca tradizione casearia italiana, un formaggio dal gusto unico che affonda le sue radici nella storia millenaria delle valli lombarde.







cod 100726

Consorzio Tutela Taleggio
0363 30 41 64
www.taleggio.it

Per coronare l'impegno del Consorzio nella tutela e valorizzazione del territorio nasce la Fondazione Grana Padano con sede nell'Abbazia di Chiaravalle a Milano





Fondazione Grana Padano

Il formaggio Dop è ancora più vicino alla comunità

Il Grana Padano è il formaggio Dop più consumato al mondo perché è buono e perché è un prodotto sano e genuino, realizzato con ingredienti di prima qualità che provengono esclusivamente dalla zona di produzione. È un prodotto garantito e tutelato dal Consorzio che valorizza e promuove le caratteristiche del Grana Padano in tutti i Paesi dove viene esportato. Nello svolgimento delle proprie attività istituzionali il Consorzio e i suoi consorziati hanno sempre dimostrato un grande impegno etico nei confronti della collettività. Un impegno che è andato spesso oltre i confini padani e addirittura nazionali.

Coronando tale impegno, a dicembre scorso, il Consorzio ha formalmente istituito la Fondazione Grana Padano, ente del terzo settore (ETS), al fine di dotarsi di uno strumento più solido e interamente dedicato alla realizzazione di attività concrete di protezione del territorio, del benessere sociale ed ambientale, di sostegno nel campo dell'arte e della cultura.

La Fondazione Grana Padano ha sede "dove tutto ebbe inizio", ovvero a Milano, presso l'Abbazia di Chiaravalle, dove i monaci Cistercensi nel 1135 inventarono il "Grana", un formaggio idoneo a sfamare e nutrire correttamente le popolazioni, anche in periodi di carestie, allora frequenti, grazie alla possibilità di essere sottoposto a lunghe stagionature che ne conservano ed esaltano le proprietà organolettiche. Coerente alla propria missione, la Fondazione Grana Padano, fin dai primi mesi di attività ha supportato eventi e iniziative rivolte alla propria comunità, promuovendo convegni, una mostra fotografica a scopo benefico ed ospitando un pellegrinaggio che si svolge tra le più importanti Abbazie d'Europa. La Fondazione ha anche sostenuto il progetto "We Save and Care" del Banco Alimentare con l'obiettivo comune di garantire a tutti l'accesso ad una risorsa preziosa come il cibo.

cod 100480

Consorzio Tutela Grana Padano
030 910 9811
www.granapadano.it



Gli specialisti dell'acqua

Da oltre 50 anni le soluzioni per la filtrazione dell'acqua su misura per ogni esigenza

SOLUZIONI FILTRANTI CASA


Caraffa


Borraccia


Bottiglia


On Tap

SOLUZIONI FILTRANTI PROFESSIONALI


Caffè


Vending


Ho.Re.Ca


Lavaggio


Cottura

brita.it

Sul tagliere dei formaggi... OSSOLANO DOP, PECORINO DI PICINISCO E SARDO MATURO

di ***Vincenzo D'Antonio***

Il tagliere che qui proponiamo, composto da tre formaggi Dop, è eterogeneo alquanto, sia per parte di "madre" (origine del latte), e sia per parte di "padre" (territorio di provenienza). Madre è la pecora in due casi su tre, ovvero quando il padre è il Centro Italia (Lazio, Sardegna). L'altro caso è la vacca; padre è il Nord, precisamente il Piemonte. E allora partiamo proprio dal Piemonte con il formaggio Ossolano Dop.

L'Ossolano Dop

È un formaggio a pasta semicotta e dura, ottenuto esclusivamente da latte vaccino intero prodotto da bovine di razza Bruna, Frisona, pezzata Rossa e loro incroci. Il formaggio Ossolano d'Alpe Dop viene prodotto col latte ottenuto da animali allevati al pascolo e caseificato in alpeggi ubicati nel medesimo territorio, ad altitudini non inferiori a 1.400 metri slm, nel periodo che va dal 10 di giugno al 30 settembre di ogni anno.

L'Ossolano Dop è un formaggio la cui storia centenaria, rappresentata da numerose testimonianze storiche, paesaggistiche e simboliche, connota un territorio a forte vocazione zootecnica e casearia. L'Ossolano Dop deve la sua origine alle migrazioni dei Walser, popolazione originaria della Svizzera, che nei secoli si stanziarono nei territori ossolani. Per far fronte alle particolari situazioni climatiche della zona, la comunità di origine elvetica ha sviluppato una tecnica casearia propria, che prevede l'inserimento della fase di semi cottura, necessaria per permettere un migliore spurgo del siero. Le testimonianze Documentali più antiche in cui compare il nome dell'Ossolano risalgono al 1006, quando il Vescovo di Novara, Pietro, affittò gli immobili della Pieve di San Vincenzo a Grimaldo per 100 libbre di formaggio Ossolano.

L'Ossolano Dop presenta una crosta liscia, regolare, di colore paglierino, tendente a diventare più intenso con l'avanzare della stagionatura. La pasta è consistente, elastica, con occhiatura irregolare di piccole dimensioni, di colore variabile dal leggermente paglierino fino al giallo intenso. Le essenze vegetali locali che caratterizzano l'alimentazione dei bovini al pascolo contribuiscono in modo determinante a conferire all'Ossolano Dop un aroma caratteristico, armonico e delicato, legato alle varietà stagionali della flora.

Particolarmente adatto come formaggio da tagliere, si rende ghiottamente utile anche come ingrediente di primi piatti, come i tipici gnocchi ossolani, preparati con un impasto tipicamente autunnale di farina bianca e di castagne, a cui vanno aggiunte le uova e la polpa di zucca. Il suo trionfo è nel risotto all'Ossolano con riduzione al Prünet. Perfetto anche come fonduta, la zuppa di pane nero e nella preparazione della polenta concia.


Ossolano Dop


Pecorino di Picinisco Dop Scamosciato

Pecorino di Picinisco Dop Scamosciato

Andiamo nel Lazio, in quel lembo della Ciociaria che confina con l'Abruzzo. Siamo a Picinisco e il formaggio è il Pecorino di Picinisco Dop Scamosciato. Il Pecorino di Picinisco Dop rappresenta per il Lazio un importante prodotto caseario che vanta una significativa tradizione rinvenuta in molteplici testi storici. I censimenti di capi ovi-caprini del periodo compreso tra il 1875 e il 2000 evidenziano la vocazione delle popolazioni locali e del territorio per la pastorizia e per l'attività lattiero casearia. Il Pecorino di Picinisco Dop è un formaggio di forma cilindrica a facce piane, a latte crudo e a pasta cruda. È prodotto in due tipologie: Scamosciato e Stagionato.

La zona di produzione del Pecorino di Picinisco Dop è costituita dall'intera Valle di Comino in provincia di Frosinone. Il latte utilizzato per la produzione del Pecorino di Picinisco Dop deve essere ottenuto da pecore di razza Sopravissana, Comisana, Massese.

Il Pecorino di Picinisco Dop ha un diametro di 12-25 cm e scalzo di 7-12 cm. Le due tipologie, Scamosciato e Stagionato, presentano caratteristiche ben differenziate per gusto e aspetto della pasta. La tipologia Scamosciato si trova in pezzature da 0,7 a 2,5 kg, con crosta sottile e rugosa e pasta dalla struttura compatta con leggera occhiatura, di colore bianco tendente al giallo paglierino. Il sapore è dolce con spiccati aromi di pascolo di montagna e assenza di odore di stalla. Sul nostro tagliere lo vediamo bene accompagnato dal Pane Casareccio di Genzano Igp e fave fresche, ed anche con miele di acacia e confettura di Cipolla Rossa di Tropea Calabria Igp.

Pecorino Sardo Dop

E adesso andiamo in Sardegna per incontrare e mettere sul tagliere il Pecorino Sardo Dop Maturo. Il Pecorino Sardo Dop è un formaggio a pasta semicotta prodotto con latte ovino intero. Si distingue nelle due tipologie, Dolce (maturazione 20-60 giorni) e Maturo (stagionato oltre 60 giorni). La zona di produzione del Pecorino Sardo Dop comprende l'intero territorio della Sardegna.

La forma del Maturo è cilindrica a facce piane, con scalzo diritto. La crosta è liscia, consistente e di colore bruno nelle forme più stagionate. La pasta è bianca, di color paglierino con il progredire della stagionatura, compatta o con rada occhiatura, dal gusto forte e gradevolmente piccante.

Che vino abbinare?

Un gran bel tagliere, non c'è che dire! E il vino in abbinamento? Facciamo prevalere la vacca, ed è l'Ossolano Dop che è vincente nel proporre un grande rosso piemontese: il Barbaresco Rabajà 2020 fatto da Castello di Verduno. Un vino che saprà abbinarsi benissimo anche ai due pecorini Dop. Vini rossi nobili, quali la Barbera, i Dolcetti, il Merlot o il Chianti per non tacere dei re Barolo e Barbaresco, nonché tutti i Doc Novaresi che hanno come base il Nebbiolo. cod 100690


Pecorino Sardo Dop Maturo

Galbani Professionale



Tante novità per ottimizzare tempi, sprechi e costi

Galbani Professionale arricchisce la sua gamma con nuovi prodotti mirati a soddisfare le esigenze dei professionisti, introducendo soluzioni sostenibili volte a ottimizzare il tempo di preparazione, contenere il food cost e minimizzare gli sprechi. L'interesse crescente verso la sostenibilità sia da parte dei consumatori che dei professionisti ha portato Galbani Professionale ad arricchire la sua gamma di salumi con il nuovo Prosciutto Cotto alta qualità Benessere Animale. L'alta qualità, in formato intero, prodotto con materie prime proveniente dalla filiera benessere animale. L'ideale per valorizzare la qualità del prodotto è servirlo a freddo in un panino, su una pizza gourmet o su un tagliere.

Nell'ottica della sostenibilità economica, di riduzione degli sprechi e della massimizzazione delle risorse degli operatori, Galbani Professionale propone **due sac à poche pronte all'uso** e ad alto contenuto di servizio che aiuteranno l'operatore ad ottimizzare il food cost e a risparmiare tempo:

- **Ricotta Dolce** con panna di pecora già setacciata, zuccherata e omogeneizzata che permette di farcire facilmente ogni tipo di dessert come cannoncini, brioches e cannoli;
- **Cremoso Spalmabile** un latticino dalla consistenza cremosa e dal gusto delicato ideale per gli utilizzi salati come tramezzini e finger food ma anche per sapori più delicati come il sushi.



Per le preparazioni a caldo con ottime performance di fusione e filabilità, nasce il **Filante gusto Affumicato**, perfetto, "oltre al mondo pizza", per preparazioni di arancini, torte salate, hamburger gourmet e molto altro. Infine Galbani Professionale completa la sua gamma di salami con il **Salame Horeca** dall'ottimo rapporto qualità prezzo che permette di aver food cost competitivi, ideale per preparazioni a freddo, come panini e taglieri. cod 100443

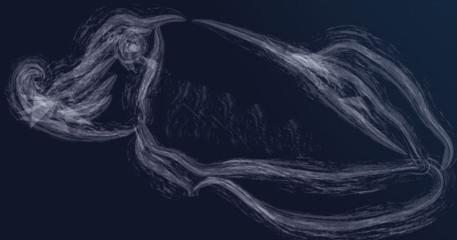
Galbani Professionale
800 990991
www.galbaniprofessionale.it

COMAVICOLA
1956





Qualità
Passione
Tradizione


Specializzati nella distribuzione di
prodotti ittici congelati

www.comavicola.com
e-mail: comavicola@comavicola.com
Tel: 029268750



Molino Colombo

Farine di alta qualità grazie alla macinazione lenta

Molino Colombo utilizza il modello di produzione basato sul diagramma ungherese, un metodo lento che richiede una lunga lavorazione e permette di mantenere elevati standard qualitativi delle farine

In un mondo che corre sempre più velocemente, spesso ci si dimentica delle proprie radici, per Molino Colombo il concetto di tradizione è un valore fondamentale, la custodia dei valori dell'antica arte molitoria che privilegiano la qualità del prodotto rispetto ad uno sfruttamento intensivo degli impianti è un caposaldo che si trova anche scritto sui muri dei nostri uffici.

La qualità richiede tempo, questa è la filosofia che ci guida nella produzione delle nostre farine. Una farina speciale non nasce solo da un'attenta selezione dei grani e da costanti e accurati controlli della materia prima, nasce prima ancora dalla filosofia produttiva che abbiamo da sempre impostato nel nostro molino.

L'alta qualità grazie al diagramma ungherese

Il diagramma ungherese è stata una scelta di campo fatta nel 1948 e ripetuta nel 2001 quando la parte produttiva è stata completamente riammodernata. Una scelta controintuitiva rispetto all'orientamento del settore, ma assolutamente indispensabile per mantenere un'altissima qualità che potesse essere apprezzata da chi costruisce sui dettagli il proprio successo. Questo tipo di diagramma lungo,



permette di macinare il grano molto lentamente, senza surriscaldarlo e mantenendo quindi inalterate le caratteristiche reologiche dei grani utilizzati. Il grano viene accarezzato senza subire lo stress meccanico derivante da una lavorazione intensiva, ciò consente di esaltare i profumi dei grani utilizzati, particolari importanti per chi vuole fare dell'artigianalità un'arte.

Il risultato si traduce in un prodotto unico per la ridotta quantità di amidi danneggiati durante il processo di macinazione, fermentazioni controllate e tempi d'impastamento ridotti, con un notevole risparmio d'energia caratterizzano le nostre farine. Questo tipo di metodo di macinazione consente inoltre di mantenere la naturalità delle farine, senza aggiungere glutine, scelta che permette di ottenere dei lievitati prodotti più morbidi, soffici e con una maggiore conservabilità.

Farine ideali per lunghe lievitazioni

Inoltre la macinazione lenta consente di ridurre i tempi ottimali di maturazione della farina, rendendo meno necessaria la stagionatura prima dell'utilizzo. Per questo le farine di Molino Colombo sono da sempre state considerate come particolarmente adatte alla produzione delle lunghe lievitazioni e dei grandi lievitati ed è proprio dalla combinazione di un'attenta selezione dei migliori grani e una macinazione dolce e lenta che nasce la farina Panettone e Colombe approvata da Ampi (Associazione Maestri Pasticceri Italiani) specifica per i grandi lievitati.

Insieme al maestro Maurizio Bonanomi è stata studiata una farina Tipo "00" denominata Madonnina una farina più dolce (W360), un prodotto che grazie alla selezione di grani con alte qualità proteiche consente un ottimo assorbimento di liquidi, una perfetta fioccatura e una scioglievolezza straordinaria oltre a maggiore conservabilità. La linea "Le Pasticcere" si completa con una farina per brioches in grado supportare una grande quantità di grassi e garantire un ottimo sviluppo del prodotto, una farina per la pasta sfoglia estremamente elastica e 2 referenze per le frolla e le frolle montate per ottenere prodotti finiti particolarmente friabili e scioglievoli.

cod 100767

Molino Colombo
039 9515129
www.molinocolombo.it

Linea Pizza Molino Grassi
Versatilità e stabilità

Un'artigianalità fatta di identità ben riconoscibili, ciascuna con la sua storia, che raccontano in modo unico e peculiare il proprio modo di intendere la pizza: è questo il mondo dei pizzaioli per **Nicola Ascani**, tecnico e formatore di Molino Grassi. «La pizzeria è un'attività oggi sempre più poliedrica e imprenditoriale, ma al centro rimane lei, la pizza, ed è la vera chiave del successo di un locale - racconta Nicola.

«Nei miei corsi e nella formazione con Molino Grassi - prosegue il formatore - dico spesso al mio interlocutore: immagina il cliente seduto davanti alla tua pizza. Insomma, immagina qualcosa che ti rappresenti. E noi, in formazione, diamo proprio le basi per permettere a ciascuno di trovare la propria strada. Le farine Molino Grassi sono un perfetto "mezzo" per raggiungere l'obiettivo, dando la possibilità di inserire la propria cifra stilistica al prodotto finito utilizzando in partenza un ingrediente di qualità, versatile e nello stesso tempo stabile, che faciliti il lavoro e doni una resa sempre perfetta. Una progettualità, questa, che ripaga in identità, differenziazione e originalità».

La Linea Pizza Molino Grassi è frutto di una pregevole ricerca: «i nostri blend sono tutti composti da farine, senza l'aggiunta di additivi. Una scelta ideale per il professionista che vuole lavorare con un'eccellente materia prima in modo professionale, ottenendo un risultato unico a prodotto finito. Con Molino Grassi ciascun pizzaiolo crea il proprio blend, con la nostra formazione a supporto: il punto di partenza ideale per raccontare se stessi». Tutto questo, in una gamma varia ed eterogenea: dalle Monococco alle bio, Molino Grassi offre ogni tipo di farina per poter spaziare nelle idee, nelle combinazioni, nelle proposte.

Napoletana e Romana, impasti perfetti e cura dei dettagli

«Nel 2023 abbiamo lanciato Romana e Napoletana: sono prodotti estremamente stabili, un aspetto su cui stiamo lavorando costantemente negli ultimi anni. Con la ricerca e sviluppo del Molino cerchiamo di mettere a punto "quella" farina, in modo che ci sia stabilità al 100%: vogliamo essere il partner perfetto per ogni nostro cliente, dandogli quella sicurezza in più capace di agevolarne il lavoro nella quotidianità».

La Napoletana Molino Grassi è una farina tipo 0 con germe, studiata per le esigenze della tradizione partenopea e disponibile in due versioni, Napoletana Midi, adatta a corte/medie lievitazioni e impasti diretti; Napoletana Extra, adatta a medie/lunghe lievitazioni e impasti indiretti. La Romana è invece una miscela per pinsa, pizza alla pala, in teglia e padellino, ricca di fibre e con germe di grano e farina di riso per accentuare la croccantezza e leggerezza della pizza. Disponibile in doppia versione: Romana, con meno fibre per impasti dalla colorazione chiara, e Romana Rustica, dai toni più ambrati per esaltare il valore, il gusto e i sapori di una volta.

cod 100039



Molino Grassi
0521 662511
www.molinograssi.it

ALTA LANGA. TUTTA UN'ALTA STORIA.



NOODLES®



Scopri l'unicità del Metodo Classico più antico d'Italia.

ALTA LANGA

ALTE BOLLICINE PIEMONTESI



Di Marco

Cresce il trend del senza conservanti

Oggi la consapevolezza verso la salute e il benessere è in costante crescita, un trend significativo si sta delineando tra i consumatori. Sempre più persone stanno rivedendo le loro abitudini alimentari e facendo scelte oculate quando si tratta di ciò che mettono nel loro carrello della spesa.

In particolare, si assiste a un'impennata nella preferenza per i prodotti alimentari privi di conservanti. Questo crescente interesse per prodotti privi di sostanze chimiche dannose sta guidando una rivoluzione silenziosa nei nostri comportamenti di acquisto e sta mettendo in luce l'importanza della trasparenza nell'industria alimentare. Il 2023 si è rivelato un anno di straordinario successo per il settore bakery, che si è riflessa anche per Di Marco, brand storico nel modo delle farine e panificati nonché ideatore della ricetta originale della Pinsa Romana.

L'azienda ha dichiarato, infatti, una crescita a doppia cifra nel fatturato, dimostrando la preferenza dei consumatori per i prodotti Di Marco, inclusi quelli freschi, da sempre sono senza conservanti.

«Nel 2023 l'azienda continua a crescere» - dichiara **Alberto Di Marco**, Ceo dell'azienda - «e guadagnare quota di mercato a valore in un mercato fortemente in crescita, consolidando la seconda posizione con una quota a valore del 10.6%».

Questi risultati positivi rispecchiano l'incessante impegno dell'azienda, e la missione in questo senso è chiara: offrire prodotti straordinari senza alcun compromesso, garantendo a tutti il gusto e la qualità.

La gamma di prodotti Di Marco risponde in modo esaustivo alle richieste di coloro che cercano alternative sane e gustose senza compromessi sul sapore autentico. L' obiettivo è continuare a crescere e a innovare, ampliando ulteriormente l'offerta per i clienti e contribuendo a uno stile di vita più sano e soddisfacente. cod 100601

Di Marco
0774 363847
www.dimarco.it

Da una terra unica, una storia straordinaria.



Da **oltre 70 anni**,
Santa Margherita
Valdobbiadene
Prosecco Superiore DOCG





Find out more

Connect with us
Santa Margherita Wines
santamargheritawines
www.santamargherita.com



Ar.pa Lieviti

Black Friday con il 30% di sconto

La nota azienda bolognese, impegnata da mezzo secolo nella produzione e nella commercializzazione di lieviti e preparati per la cucina, promuove il suo ricco catalogo attraverso l'e-commerce con un'offerta davvero golosa, riservata rigorosamente alle 24 ore del Black Friday di novembre: sconto del 30% su tutti i prodotti acquistabili online! Non ci sono limiti e non ci sono vincoli, tutti i prodotti sono in sconto ma solo per le 24 ore del 24 novembre: dalla mezzanotte di giovedì 23 alla stessa ore di venerdì 24.



Oltre agli agenti lievitanti per dolci e salati, tra cui il Secco Attivo per la lunga lievitazione e tanti lieviti istantanei (S. Lucia, Danilo, Elefante, Lela Bologna, Viaggi, Atomico e S. Gennaro per citare i più noti), Ar.pa propone una ricchissima serie di preparati per realizzare creme, cioccolate e budini, gli zuccheri, il cacao (amaro, dolce e vanigliato), i coloranti, gli aromi (anche la vaniglia in baccelli), gli amidi e la fecola di patate, il bicarbonato, il cremore di tartaro, ammoniaca per dolci, il caramellato pronto per le decorazioni e tanti altri ingredienti per la cucina dolce o salata, anche in confezioni professionali per grandi quantitativi.



Non lasciarti scappare l'offerta su **www.arpalieviti.shop** cod 100410

Ar.Pa lieviti
051 799392
www.arpalieviti.it




SERRE DI SAN PIETRO

IL NEBBIOLO
AL CENTRO
DEL PIEMONTE



UNA STORIA SECOLARE
DI AMORE PER LA TERRA.

UNA COLLINA SULLA QUALE
DA 13 GENERAZIONI
COLTIVIAMO LA VITE.

UN BORGO, RADICI FORTI

UN VINO DEL CUORE,
DAL MONFERRATO
AL MONDO



Azienda Vitivinicola e di Invecchiamento
Strada Monferrato 2, 14023 Cocconato – Asti, Piemonte – Italia
www.bava.com
@bavawinery

Macaron



Il dolce francese dai mille gusti e colori

di ***Piera Genta***

Prodotto dolciario tipicamente francese, sono pasticcini composti da due meringhe soffici e colorate che racchiudono un ripieno cremoso. Ad ogni colore corrisponde un gusto diverso. La base per la preparazione è composta da ingredienti semplici: albume, farina di mandorle e zucchero a velo, ma la produzione è una vera e propria sfida. Per ottenere un risultato soddisfacente servono dedizione, studio, un'attrezzatura adeguata e molta attenzione ai dettagli.

Fonti antiche lo fanno risalire alla Venezia del XVI secolo, e si racconta che sarebbe giunto in Francia grazie a Caterina de' Medici, andata in sposa ad Enrico II nel 1533. Il macaron era quasi solo un biscotto alla mandorla. La ricetta variò nel corso degli anni, da un fornaio all'altro e si moltiplicarono le varianti con i macarons di Amiens, quelli di Saint-Émilion e quelli di Montmorillon (dove si trova anche un museo della mandorla e del macaron).

Molte di queste ricette videro la luce nelle cucine di conventi e monasteri ipotizzando che i macarons sarebbero stati ideati alla fine del '700 da due monache di Nancy, per questo motivo soprannominate le Sorelle Macaron. Sappiamo che nell'Ottocento venivano serviti due a due con l'aggiunta di marmellate, liquori e spezie. I macarons sono diventati come oggi li conosciamo nel 1930 grazie a Pierre Desfontaines della pasticceria parigina Ladurée, fu sua la brillante idea di prendere due gusci di macaron e unirli con una crema ganache ai lamponi.

Pierre Hermè e le varianti del macaron

Successivamente, con l'arrivo del pasticcere Pierre Hermé si verifica un'altra rivoluzione del macaron, con le molte variazioni indotte da un'esplosiva creatività che ha portato ad accostamenti cromatici e di sapori unici come quello al mandarino e olio di oliva o rosa, litchi e lampone. Scrisse il libro "Macaron", considerato la bibbia di questa specialità e fu sua l'iniziativa di istituire il 20 marzo come giornata internazionale del macaron.

Tra i gusti classici più amati quello al cioccolato fondente, al latte o il bianco seguito da pistacchio e frutti di bosco. Per i palati più ricercati si producono anche i macarons con crema al liquore di liquirizia o ganache al caramello salato. Ma la storia del macaron non è finita qui ed oggi la sua diffusione conquista anche la gastronomia. Presso i ristoranti più creativi si trovano versioni salate come ad esempio quelli al gusto di gamberi, fegatini o interiora di piccione o ancora al salmone e aneto oppure al finocchietto.

cod 100702



That's fruit folks!

IMPORT EXPORT INGROSSO **ORTOFRUTTICOLO**

Boffetti Marino Srl
via A. Volta 8/10 - 24011 Almè (BG)
T. +39 035 54 54 55 - F +39 035 54 56 88

boffettimarino.com

boffetti
ENJOY FRUIT

La Cipolla Rossa di Tropea Calabria Igp è la protagonista di questo volume (252 pagine, edito da Rubettino) che è una raccolta culinaria e allo stesso tempo una vastissima proposta enogastronomica, sono 85 le ricette presenti



La Cipolla di Tropea Calabria Igp in un libro unico

di ***Alberto Lupini***

Sono 252 pagine, piene zeppe di sfumature e declinazioni di quello che a tutti gli effetti è già da tempo l'elemento cardine della Dieta Mediterranea e che oggi si è trasformato in un ingrediente irrinunciabile anche per le ricette degli chef gourmet e per quelli che, invece, seguono il mantra della tradizione: in Calabria e nel resto del mondo. Parliamo della Cipolla Rossa di Tropea IGP che è la protagonista unica e trainante de "Gli Anelli più preziosi di Calabria", una raccolta culinaria e allo stesso tempo una vastissima proposta enogastronomica, racchiusa in un'opera edita da Rubbettino, nata dall'idea di editor marketing messa in piedi dal Consorzio di tutela del prezioso bulbo oblungo, presieduto da Giuseppe Laria, e concretizzata grazie al coordinamento editoriale di Daniele Cipollina e dello studio Adv Maiora.

Il libro è stato presentato nel corso dell'ultima edizione de La Tropea Experience - il Festival della Cipolla Rossa che è stato ospitato nel primo weekend di autunno nella splendida e universale cornice di Tropea.

«L'impegno collettivo - sottolinea **Giuseppe Laria** - ha garantito non solo la protezione del prodotto dalle contraffazioni, ma ha anche contribuito a una crescita straordinaria sia in termini commerciali che di marketing territoriale. Inoltre, il libro non si limita ad esplorare le molteplici dimensioni gastronomiche della Cipolla Rossa di Tropea, ma si avventura anche nel suo potenziale salutare e terapeutico».

«La Cipolla Rossa - evidenzia un entusiasta **Daniele Cipollina** - è stata in grado di affermarsi come elemento essenziale della cultura agroalimentare italiana, sottolineando il suo ruolo cruciale nell'economia sostenibile e nello sviluppo dei territori».

Non a caso una sezione del libro è totalmente dedicata alle declinazioni non prettamente gastronomiche del

tubero rosso bensì a quel mondo parallelo alla cucina che parla di salute, di corretta alimentazione, di prevenzione e cura, ma anche di una serie infinita di utilizzi a cui si presta la preziosa cipolla tropeana.

E proprio a proposito di salute e corretta alimentazione abbiamo avuto modo di paralre con **Domenicantonio Galatà**, presidente dell'Associazione Italiana Nutrizionisti in Cucina.

La Cipolla di Tropea, uno degli ortaggi più utilizzati in cucina e più famosi al mondo per rappresentare l'Italia. Ma non è solo buono, fa anche bene, perché?

La cipolla rossa è uno degli ingredienti cardine della dieta mediterranea, quindi patrimonio dell'umanità. Quindi già questa dovrebbe essere un attestato di garanzia - una sorta di carta d'identità. E poi contiene più di 150 sostanze biattive che abbassano il colesterolo, riducono patologie cardiovascolari. Ma io sono più di dieci anni che racconto sempre gli aspetti nutrizionali della cipolla rossa di Tropea IGP. C'è da dire una cosa dobbiamo consumare, dobbiamo imparare a consumare questi prodotti nutraceutici contestualizzati all'interno di una dieta salutare, di uno stile di vita slow.



E a proposito di questo, nel libro "Gli Anelli più preziosi di Calabria" , che contiene ben 85 ricette, tutte facili secondo te?

Direi la bibbia della cipolla. Le ricette sicuramente non sono tutte semplici, perché ci sono anche grandi cuochi che fanno anche un finedining anche con la cipolla rossa. Ma io direi un'altra cosa che tante cose, se oggi noi le portiamo e le facciamo in cucina, le dobbiamo anche ai cuochi. Quindi non dobbiamo spaventarci. E il nutrizionista si pone tra il cuoco e il consumatore, anche per raccontare in maniera scientifica, in maniera veritiera.

Gli Anelli più preziosi di Calabria, 17 grandi cuochi e 85 ricette

Ma la vera novità de Gli Anelli più preziosi di Calabria sta nell'aver messo insieme i Signori dei fuochi italiani riunendoli tutti attorno ad una tolkieniana tavola del gusto. Un vero e proprio prontuario di cucina gourmet che mette insieme 17 tra i più importanti chef nazionali e le loro ricette, tutte a base di Cipolla Rossa.

Dai primi al dolce, dagli antipasti ai secondi, 85 modi di preparare e cucinare la Cipolla Rossa di Tropea in un ricettario che rappresenta un forziere preziosissimo di promozione, idee, fantasia e bontà, tutta a portata di mano e di fornelli. Da Gaetano Alia a Massimo Olivadoti, da Simone Cantafio a Igles Corelli, da Paolo Dodaro ad Antonino Esposito, da Luigi Ferraro ad Antonio Franzè, da Vincenzo Grisolia a Francesca Manis, da Luigi Quintieri a Giuseppe Romano, da Andrea Ruisi ad Antonio Torchia, da Pierluigi Vacca ad Ercole Villirillo. E poi, ciliegina sulla torta, Enzo Barbieri, ambasciatore della cucina calabrese che ripercorrendo le orme della tradizione culinaria verace e integralista del territorio ha dato il meglio di sé anche in questo nuovo prodotto editoriale.

cod 100036

Per informazioni:

www.consorziocipollatropeaigp.com



5 Hats, assieme ad Italia a Tavola, scoverà le Maestrie italiane del food&beverage interagendo con trasformatori, produttori o tecnici del settore accostandoli e miscelandoli come in un affascinante drink in pairing con arte, architettura, cinematografia, teatro, fotografia, pittura e molto molto altro.



I MAESTRI RACCONTANO...

Red Moon

La nuova mela in bottiglia che fa impazzire gli chef



di ***Fabio Di Pietro***

In anni di avventure in Südtirol, per le ovvie mansioni che il team 5 Hats ha ricoperto con successo negli ultimi periodi, ci siamo imbattuti in una moltitudine di produttori e di prodotti eccezionali. Il microclima dalle forti escursioni termiche rende i campi preziose alcove della sapienza e della qualità produttiva, pura ossessione e ricerca della perfezione che si tramanda di generazione in generazione sul territorio. Il protagonista di questo racconto è un giovane progetto capitanato da **Philipp Morandell**, innamorato della sua terra e della materia prima con la quale si è potuto reinventare "ambasciatore" del proprio territorio e la mela (e che mela) è lo strumento per poterlo raccontare.

Nonostante la giornata uggiosa, il sorriso dei ragazzi di Fruup che mi accolgono fa capolino sull'uscio dell'azienda, portando un po' di sole in quel di Appiano (Bz). **Georg Mair**, il nostro Virgilio durante la visita fa strada e scatena la passione nel raccontare di progetti, ettari e sacrifici del team per arrivare a questo risultato. Arrivati alla "cave", i profumi si fanno sempre più vivi di passo in passo fino a quando i ragazzi non ci mettono in mano qualcosa di mai visto.

Georg ci racconta che la Red Moon® è una mela nuova, a polpa rossa, totalmente naturale, con preziose proprietà



nutritive. Il colore rosso della polpa è 100% naturale, dato dagli antociani, e può variare da frutto a frutto, spaziando da un rosso chiaro fino a un rosso intenso. Come detto, il colore della polpa è dato dagli antociani, pigmenti rossi organici presenti anche in altri frutti con azione antiossidante.

Questa "nuova" varietà è un prodotto dai ricchissimi valori nutrizionali e vitaminici e visivamente si presenta come le bellissime sfumature di un tramonto estivo: la sua polpa, infatti, rende il frutto un prodotto iconico che scatena le fantasie di abbinamenti sensoriali e cromatici di barmen e chef.

99.6 Sparkling, la mela in bottiglia

Visitato lo stabilimento di stoccaggio del prodotto e assaggiata la materia prima, finalmente riusciamo a capire il motivo di tanto mistero ed eccitazione durante la preparazione alla visita. Dal momento della nostra partenza da Verona infatti Georg Mair, il braccio destro di Philipp, mi aveva parlato di un prodotto che assolutamente non dovevo perdere.

Finalmente in sala degustazione l'arcano è stato svelato: una bottiglia champenoise si trovava già al centro della sala imbandita con calici a set up. Chiedendo informazioni a riguardo Georg promette tutte e info del caso, ma solo dopo aver assaggiato il contenuto della bottiglia. Rassegnato e in piena balia di un divertitissimo oste, riesco a capire il perché di quel sorriso sornione: wow! Quello che stavo assaggiando non era di certo uno spumante o un sidro, tantomeno un succo o un estratto. Questi pazzi sono riusciti nell'assurda mission di far entrare questa mela in una bottiglia.

Il romanticismo delle sue sfumature naturali alla vista, il profumo fine delle mele appena raccolte e la freschezza acida del frutto sono senza una componente alcolica! Il prodotto, infatti, mi raccontano Philipp e Georg, si chiama 99.6 Sparkling perché il 99.6% è la componente di mela all'interno del prodotto, mentre il restante 0.4 è l'anidride carbonica necessaria a darle ulteriore conservabilità e frizzantezza.

Non voglio soffermarmi ai tecnicismi, ma sul lato emozionale di questa bevuta, scoprendo che la volontà dei ragazzi di Fruup è poter proporre finalmente al mercato del no alcool un prodotto iconico e naturale. Conoscendomi e assecondandomi, con i ragazzi siamo stati direttamente in alcuni locali a Bolzano dove abbiamo potuto letteralmente assaggiare la nuova creazione, reinterpretata con abilità in riduzioni, marinature e giochi alcolici. Incredibile, davvero incredibile.

Tornando verso casa, con la mia preziosa bottiglia e con un nuovo bellissimo ricordo, mi sono chiesto quale fosse la vera maestria in una giornata come questa e non ho avuto dubbi: proprio come un grande chef realizza un grande piatto con gli ingredienti che trova nel suo frigo, anche un imprenditore che valorizza i prodotti di un territorio reinterpretandoli ascoltando il mercato è un visionario. E chi segue la mia rubrica sa che spesso maestria e visione sono ingredienti indissolubili della stessa follia. cod 99845



L'importanza della formazione per la valorizzazione del tartufo nella cucina italiana



di ***Giuseppe Cristini***

In un momento in cui sono disponibili diverse varietà di tartufo invernali, più pregiati o più democratici, riteniamo sia fondamentale promuovere le molteplici potenzialità di queste prelibatezze nel contesto della ristorazione italiana. I tartufi vanno scoperti, spiegati, cucinati, affettati o grattugiati per creare un racconto sempre più raffinato nell'arte culinaria legata a questa preziosa delizia.

A questo proposito, l'Accademia Mondiale del Tartufo, in collaborazione con la Regione Marche, ha ideato un corso di alta formazione professionale dal titolo: "I Tartufi Invernali: Come Esaltarli in Cucina e in Sala con gli Abbinamenti Giusti".

Questo corso si è tenuto mercoledì 8 novembre presso l'Agriturismo La Sella di Pitino a San Severino Marche.



Il programma sviluppato dall'Accademia Mondiale del Tartufo e dalla Regione Marche mira a fornire una conoscenza diretta delle diverse varietà di tartufo attualmente disponibili, al fine di valorizzare ogni tipologia e consentire a un numero sempre crescente di ristoranti, trattorie e osterie di servirlo in ogni stagione, come desiderato dalla Regione Marche.

Dall'alta cucina stellata alle tradizionali trattorie dell'entroterra, il nostro obiettivo è elevare costantemente il valore del tartufo nella gastronomia italiana. Per raggiungere questo scopo, è essenziale privilegiare un servizio impeccabile che includa un adeguato cerimoniale in sala e l'abbinamento con i vini più adatti, garantendo così un'esperienza culinaria che celebri il tartufo in tutta la sua magnificenza. cod 100611

Visita:

www.accademiadeltartufonelmondo.it



PERGOLA TRUFFLE SHOW HA CHIUSO I BATTENTI, E IL TARTUFO BIANCO HA BATTUTO OGNI RECORD

Pergola Truffle Show ha appena concluso un'edizione memorabile, stabilendo nuovi standard di eccellenza culinaria. Il tartufo bianco di Pergola è stato il vero protagonista, conquistando palati e cuori.

Sabrina Santelli, assessore e mente dietro l'evento, è più che soddisfatta del successo ottenuto. Ha affermato con orgoglio: «Sei maestri della cucina hanno regalato al pubblico un'esperienza culinaria straordinaria, dimostrando che la cucina marchigiana è all'altezza delle sfide più grandi.»

Ma è **Errico Recanati**, chef del rinomato ristorante Andreina, che ha messo in risalto l'importanza di preservare il territorio e valorizzare l'eccellenza di Pergola. Ha dichiarato con passione: «Quando il territorio ci regala prodotti di alta qualità, la cucina diventa un'arte più semplice. Nelle Marche, questa qualità è una costante. Dimentichiamo le stelle Michelin e concentriamoci sulla nostra meravigliosa regione, che brilla come una stella solitaria.»

Il modello di Pergola si candida a diventare un'ispirazione, creando una festa popolare intorno al prezioso tartufo. La Fiera del Tartufo di Pergola è ormai un evento che supera i confini nazionali per parlare al mondo con i profumi del tartufo e la ricchezza storica e culturale che caratterizza l'area.

Non possiamo tralasciare le premiazioni speciali: Alfonso e Livia Iaccarino e Lucio Pompili, leggende della ristorazione, hanno contribuito a rendere questa edizione ancor più indimenticabile. cod 100248

IL TARTUFO È CULTURA: MA GLI CHEF DEVONO "CUCINARLO" NON SOLO RITIRARE I PREMI

Il tartufo rappresenta una fusione di cultura e spettacolo culinario, ma il suo vero valore si manifesta quando gli chef mettono le mani in pasta, letteralmente. Troppo spesso, assistiamo a scene in cui rinomati chef si recano alle fiere del tartufo solo per ritirare premi e lasciare il palco senza lasciare un segno culinario tangibile. Dedicare un piatto al tartufo durante una festa o una manifestazione è una pratica essenziale.

Questo gesto rende il cuoco parte integrante dell'esperienza e coinvolge il pubblico in modo più profondo.

cod 100491

PER FAVORE, NON CHIAMATELO PREZIOSO TUBERO

Spesso ci riferiamo al tartufo come a un "prezioso tubero," ma è importante capire che questa definizione è troppo limitante ed errata. Il tartufo è in realtà un fungo ipogeo simbionte, una meraviglia nascosta sotto terra che sfida le etichette comuni. Sfortunatamente, l'ignoranza riguardo al tartufo è ancora diffusa, specialmente tra coloro che operano nel settore del turismo.

Invitiamo coloro che si interessano al tartufo a studiarne i segreti con più attenzione e a scoprire il suo vero valore. Questo implica un'immersione tra le roverelle, le querce e i carpini, all'interno di boschi incantevoli, magari in compagnia di un fedele lagotto o bracco-pointer, guidati da un esperto cavatore che può insegnarci la storia e la tradizione del tartufo.

Per comprendere il tartufo, è necessario calarsi in cucina con gli chef o dialogare con il personale di sala.

Se non si è pronti a fare queste esperienze, è importante comprendere che non si è ancora pronti a parlare del tartufo. Pertanto, se non avete vissuto queste esperienze, vi esortiamo a studiarlo accuratamente prima di tentare di narrare il mondo affascinante del tartufo.

cod 100563



Oleoturismo

Alla scoperta dei territori dell'olio d'eccellenza

Dal 2020 l'oleoturismo è riconosciuto dal quadro legislativo italiano al pari dell'enoturismo. Ma cosa significa? Semplice, sono tutte quelle attività turistiche che contemplano la conoscenza dell'olio d'oliva



di ***Fausto Borella***

Da sempre i paesaggi italiani sono meta delle persone più sensibili e curiose di scoprire gli scorci, gli usi e i costumi e le tradizioni gastronomiche più particolari. Ma se queste attività di esplorazione avessero come minimo comun denominatore l'olio extravergine? Si definisce in termini tecnici "oleoturismo".

Come viene praticato l'oleoturismo?

Tra le attività che rientrano nel turismo dell'olio sono contemplate tutte quelle di conoscenza dell'olio d'oliva espletate nel luogo di produzione, in dettaglio:

1. **visite nei luoghi di coltura**, di produzione o di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione dell'ulivo;
2. **degustazione e commercializzazione** delle produzioni dell'olio d'oliva, anche in abbinamento ad altri alimenti;

3. iniziative a carattere didattico e ricreativo nell'ambito dei luoghi di coltivazione e produzione

Un turismo, diventato sempre più importante negli ultimi anni, tanto da vedere l'approvazione della Legge di Bilancio 2020, il turismo dell'olio - o oleoturismo - entra nel quadro legislativo italiano e viene così equiparato all'enoturismo.

Essenziale diventa il viaggio come scoperta di un territorio e di una cultura in funzione di un prodotto, l'olio extravergine. Esemplari gli eventi che anche solo in questi giorni affollano le nostre agende. Diamanti incastonati dai territori poco conosciuti della nostra bella Italia. Sono esempi gli appuntamenti che hanno punteggiato il nostro ottobre di gioia e olio nuovo.

Girando per l'Italia alla scoperta dell'olio

Meravigliosa accoglienza quella presso il Frantoio Buonamici di Fiesole (Fi), dove il padrone di casa ha accolto un gruppo di appassionati, giornalisti e comunicatori alla scoperta del nuovo olio extravergine. L'evento è stata l'occasione di parlare della nuova annata olivicola, di tutte le sue criticità e di come queste si tradurranno sullo scaffale del supermercato per tutte le famiglie.

Continuando a esplorare l'Italia alla scoperta dei borghi più belli, arriviamo nel Cilento e nel Sannio, territori poco conosciuti e ancora tutti da esplorare, "off the beaten track": un percorso a dir poco emozionante è quello che attraversa il Borgo di Sant'Angelo a Fasanella, un paese minuto dalle ricchezze incredibili. Proprio qui sorgeva un'abbazia dei monaci Benedettini, uno degli ordini ecclesiastici più dediti e devoti al territorio e ai frutti che ne derivano. Proprio qui, infatti, sorge un'azienda agricola di eccellenza, I Benedettini del giovane Eugenio, dove ancora oggi è possibile scorgere oliveti risalenti all'età medioevale: olivi immensi che ogni anno affermano la loro maestosità. Un oliveto biologico valorizzato da un frantoio moderno che esalta le varietà autoctone, testimoni della continuità tra la storia e l'innovazione.

Ma la sacralità del luogo, non si avverte solo percorrendo questi imponenti oliveti dei Benedettini: è intrinseca nel Borgo, dove è presente una grotta senza tempo, un luogo impressionante scavato nella roccia autoctona e che fa sentire l'uomo che vi accede quasi insignificante. Una grotta che racchiude secoli di storia, con altari e edicole risalenti all'epoca romana, se si scova bene all'ombra delle insenature. Un luogo magico, forgiato da stalattiti e stalagmiti dedicato dagli abitanti al culto di San Michele Arcangelo. Inutile dire la maestosità delle statue lignee dedicate al santo presenti sia nella grotta, sia nella Chiesa di Santa Maria Maggiore, la più importante del paese.

Le Domeniche dell'Olio a Cerreto Sannita

Un ultimo appuntamento da non perdere alla scoperta degli oli e dei territori più buoni d'Italia sono "Le Domeniche dell'Olio" a Cerreto Sannita (Bn), un paese nel Sannio da secoli vocato alla coltivazione dell'olivo. Il borgo, oltre a vantare scorci e vedute invidiabili, è anche conosciuto per la sua vocazione artigiana di produzione di maioliche. Gli appuntamenti sono iniziati ad ottobre e continueranno fino a fine novembre.

Da non perdere le degustazioni del nuovo raccolto programmate al Ponte di Annibale, risalente appunto al passaggio del condottiero cartaginese per giungere nel nord Italia, e alla torre del paese, dove una cooperativa locale, l'Olivicola del Titerno, realizzerà una degustazione conviviale con tutti i partecipanti, alla scoperta dei prodotti tipici della tradizione culinaria sannita in abbinamento all'olio di qualità, nel così detto "panaregl".

Tanti appuntamenti da segnare in agenda per scoprire il nuovo olio artigianale di qualità e i territori unici da cui nasce. cod 100692





L'olivo
Storia e curiosità

di ***Matteo Scibilia***

La pianta dell'olivo, madre paziente dell'oro verde, albero centenario ed intricato, diventato icona delle coste mediterranee. Risalendo l'albero genelogico dell'olivo incontriamo l'oleastro: un arbusto modificato dall'uomo attraverso le potature, che ne hanno modificato il tronco per poterne gestire la crescita e la coltivazione, generando così nei secoli quello che sarabbe diventato l'olivo moderno, che tutti noi conosciamo. L'olivo, nome scientifico Olea Europeae, appartiene alla nutrita famiglia delle Oleaceae, oltre 600 specie, ma di queste è l'unico che produce il frutto, cioè l'oliva, da cui si ricava il prezioso olio.

L'olivo o ulivo (*Olea europaea L., 1753*) è un albero da frutto che si presume sia originario dell'Asia Minore e della Siria poiché in questa regione il suo parente selvatico spontaneo è diffuso sin dall'antichità, formando delle foreste sulla costa meridionale dell'Asia Minore. Qui, appunto, i Greci cominciarono a coltivarlo e modificarlo, scoprendone le sue grandi proprietà, cui diedero il nome speciale di *ελαια*, che i Latini resero come "*olea*".

Fu utilizzato fin dall'antichità per l'alimentazione. Le olive, che sono letteralmente dei frutti, sono impiegati per l'estrazione dell'olio di oliva e, in misura minore, per l'impiego diretto nell'alimentazione. Ma fin dagli inizi a causa del sapore amaro dovuto al contenuto in polifenoli appena raccolte, l'uso delle olive come frutti nell'alimentazione non fu immediato, infatti richiede trattamenti specifici finalizzati alla deamaricazione (riduzione dei principi amari), realizzata con metodi vari.

Com'è fatto l'olivo?

L'ulivo è un albero sempreverde e un latifoglie, la cui attività vegetativa è pressoché continua, con attenuazione nel periodo invernale. Ha crescita lenta ed è molto longevo: in condizioni climatiche favorevoli può diventare millenario e arrivare ad altezze di 15-20 metri. La pianta comincia a fruttificare dopo 3-4 anni dall'impianto, inizia la piena produttività dopo 9-10 anni e la senescenza è raggiunta dopo i 40-50 anni; a differenza della maggior parte dell'altra frutta, la produzione non diminuisce con alberi vetusti, infatti nel meridione si trovano oliveti secolari. Le radici, per lo più di tipo avventizio, sono espanse e superficiali: in genere non si spingono oltre i 0,7-1 metro di profondità.

Il fusto è cilindrico e contorto, con corteccia di colore grigio o grigio scuro e legno duro e pesante. La ceppaia forma delle strutture globose, dette ovoli, da cui sono emessi ogni anno numerosi polloni basali. La chioma ha una forma conica, con branche fruttifere e rami penduli o patenti (disposti orizzontalmente rispetto al fusto) secondo la varietà.

Le foglie sono opposte, coriacee, semplici, intere, con picciolo corto e margine intero, spesso revoluto. La pagina inferiore è di colore bianco-argenteo per la presenza di peli squamiformi. La parte superiore invece è di colore verde scuro. Le gemme sono per lo più di tipo ascellare.

Il fiore ermafrodito, piccolo, con calice di 4 sepali e corolla di petali bianchi. I fiori sono raggruppati in numero di 10–15 in infiorescenze a grappolo, chiamate "mignole", sono emessi all'ascella delle foglie dei rametti dell'anno precedente. La mignolatura ha inizio verso marzo–aprile. La fioritura vera e propria avviene, secondo le cultivar e le zone, da maggio alla prima metà di giugno.

Il frutto è una drupa globosa, ellissoidale o ovoidale, cioè non e perfetta nella forma addirittura sullo stesso ramo, è formato da una parte "carnosa" (polpa) che contiene dell'olio e dal nocciolo legnoso e rugoso. Il peso del frutto varia tra 1-6 grammi secondo la specie, la tecnica colturale adottata e l'andamento climatico. Ottobre-dicembre è il periodo della raccolta, che dipende dalle coltivazioni e dall'uso che si deve fare.

Una pianta, molte cultivar

È una pianta che attraverso le sue molteplici cultivar ha trovato il suo ambiente ideale nell'area del mediterraneo, si è poi diffusa anche in altre parti del mondo, si adatta facilmente a condizioni ambientali e colturali estreme, resiste alla siccità, al freddo e al caldo elevato.

Le cultivar si classificano in tre gruppi:

- **Cultivar da olio**
- **Cultivar da mensa**
- **Cultivar a duplice attitudin**e

Le cultivar "da olio" sono caratterizzate da un elevato contenuto in lipidi e da una buona resa in olio, il frutto è di dimensioni medie o piccole. Le cultivar "da mensa" invece hanno minor resa in olio ma sono più grandi e vengono vendute per l'uso diretto, cioè tutte le varietà che si trovano in commercio.

Le cultivar si differenziano per il colore, l'epoca di maturazione e la dimensione del frutto, oltre che per il contenuto in olio. Nel solo Mediterraneo ci sono più di 1000 tipi genetici di olivo. La propagazione vegetativa circoscritta nei singoli territori per centinaia di anni ha determinato l'evoluzione di un numero elevato di ecotipi e cultivar. In Italia sono presenti circa 500 tipi genetici.

Molte varietà sono autosterili, quindi per avere la fruttificazione occorre impiantare, o avere presenti, almeno due varietà diverse per l'impollinazione. Per chiarimento: le piante originate da due semi diversi sono varietà diverse, due piante innestate con la stessa varietà sono lo stesso clone e quindi non sono varietà diverse. Alcune varietà sono parzialmente autofertili e con una sola varietà la produzione sarebbe limitata, quindi si avvantaggiano comunque dell'impollinazione incrociata (entro qualche decina di metri). cod 99513



Teroldego

La montagna in bottiglia secondo Castel Firmian

Teroldego, vitigno tipico del Trentino, trova la massima espressione nella Riserva Superiore Doc di Castel Firmian di Cantina Mezzacorona. A completare la linea di Riserve Castel Firmian un'attenta selezione di Cru

Complessità, longevità e carattere sono le caratteristiche principali che contraddistinguono le Riserve Castel Firmian di Mezzacorona. Questo soprattutto grazie ai particolari terreni ricchi di minerali, porfido, gesso, dolomia che donano una forte caratterizzazione territoriale.

La Cantina Mezzacorona è una delle più antiche cantine cooperative del Trentino, nasce nel 1904 anno in cui pochi viticoltori decisero di cooperare per produrre e vinificare il vino. Oggi la cantina con i suoi oltre 1600 associati che coltivano circa un ettaro e mezzo a testa rappresenta un polo di altissima qualità produttiva. Una somma di micro aziende che producono uva con grande passione e amore per la terra e per la vigna. Attentamente seguiti e curati dal team di enologi Mezzacorona, maturano in cantina rinomate riserve di vini bianchi e rossi ottenuti da vitigni autoctoni e internazionali, provenienti dalle selezioni dei migliori "terroir" del Trentino.

Principe del territorio è il vitigno Teroldego, varietà autoctona a bacca rossa che trova il suo ambiente di sviluppo ideale nella Piana Rotaliana. La parola "Teroldego" sembra derivare da "Tiroler Gold" (oro del Tirolo), nome con cui veniva indicato questo vino alla Corte di Vienna durante l'impero austro-ungarico. Da questa denominazione sarebbe poi derivato "Tiroldico" e in seguito, Teroldego. Fra i vini rossi trentini è il più rinomato e la Riserva Castel Firmian viene prodotta solo in grandi annate dalle uve accuratamente selezionate a mano nelle zone più vocate della Piana Rotaliana: "Fron", "Rauti", "Camorzi" e "Sottodossi". La lavorazione delle uve in cantina è sartoriale e dopo la fermentazione a temperatura controllata, il vino prosegue il suo percorso di maturazione tra barrique di pregiato legno di rovere (Allier e Troncais) e affinamento in bottiglia per una durata complessiva di almeno ventiquattro mesi.

Il Castel Firmian Teroldego Rotaliano Doc Superiore Riserva è un vino complesso e ampio con i suoi profumi di frutta matura dai gradevoli sentori di mirtillo, prugna e ribes rosso, circondati da note speziate derivanti dalla maturazione in legno. Il colore è rubino intenso e al palato si presenta pieno, corposo e armonico, caratterizzato da una freschissima acidità e una trama tannica gentile e delicata. Vino di carattere che si accompagna a piatti a base di carne, formaggi e primi saporiti.

In seguito alla selezione di alcuni "Cru" la linea delle Riserve Castel Firmian vanta oggi la presenza di diversi protagonisti che affiancano il principe Teroldego Rotaliano Doc. Non potevano mancare il Gewürztraminer Superiore e il Pinot Grigio Riserva che, grazie anche ad un periodo di maturazione in legno, arricchisce il suo stile con complessità, eleganza e grande persistenza. Il Müller-Thurgau Superiore nato in seguito ad un'attenta selezione dei vigneti più vocati della Val di Cembra e la selezione si chiude con una riserva di uve Chardonnay. Per i rossi sono il Lagrein Riserva e il Marzemino Superiore con uve derivanti dai vigneti delle colline di Ala, a completare la gamma dei prodotti più rappresentativi del territorio trentino.



Mezzacorona, rappresenta il territorio e ne tutela l'ambiente

Mezzacorona è un Gruppo che fonda la sua forza e la sua identità sulla migliore tradizione viticola e nella cultura cooperativa della popolazione locale, abituata a convivere con un ambiente bellissimo ma anche impegnativo, da armonizzare e da conservare con delicatezza. È il territorio di montagna trentino, nelle sue specificità e sfaccettature uniche, unitamente alla grande tradizione contadina ed enologica che definisce il cuore di Mezzacorona. Ogni vino della linea Castel Firmian racconta un pezzo di Trentino.

Prendersi cura dell'ambiente è un impegno quotidiano e lasciare la terra migliore di come l'abbiamo trovata è una promessa per il futuro. La sensibilità ambientale di Mezzacorona ha radici profonde e da sempre la Cantina è in prima linea per la tutela del territorio implementando nuovi sistemi migliorativi in termini di sicurezza e sostenibilità. Negli anni sono state introdotte tecniche alternative all'uso di sostanze chimiche; sistemi di irrigazione "a goccia" massimizzano l'efficienza nell'uso delle fonti idriche, mentre i pannelli fotovoltaici producono energia e la maggior parte del fabbisogno energetico è soddisfatto da fonti idroelettriche. Inoltre, grande attenzione è volta a ridurre la produzione di rifiuti e di anidride carbonica.  cod 100701

Mezzacorona
0461 616399
www.mezzacorona.it

Gaudenti

La nuova linea di Gaudes dedicata alla Doc Valcalepio



di ***Andrea Lupini***

Nuove strategie in casa Quattroerre Group per il consolidamento del marchio ammiraglio "Villa Domizia". I quattro fratelli Rota, titolari dell'azienda di Torre de' Roveri, hanno presentato ufficialmente il nuovo percorso che andrà a caratterizzare il futuro della loro linea di vini dedicati alla denominazione di origine storica bergamasca Valcalepio. A fronte di importanti risultati ottenuti a livello internazionale, quest'anno è arrivata per la seconda volta la medaglia d'argento al Concorso Mondiale di Bruxelles, l'azienda ha deciso così di prendere altre scelte importanti decisive nell'ambito delle strategie di sviluppo. I titolari vogliono mettere ben in evidenza l'attenzione del pubblico e degli operatori nei confronti dei prodotti del territorio.



L'attaccamento alla tradizione del territorio dona al prodotto la consapevolezza necessaria per distinguersi dal resto che il mercato offre, motivo per cui i Rota vogliono continuamente insistere in quel valore aggiunto legato alla tipicità della zona di produzione, senza mai dimenticare il fattore legato della piacevolezza che i prodotti devono offrire, con un giusto rapporto qualità/prezzo. Una nuova linea di vini di Dop Valcalepio quindi è la conferma della loro filosofia di produzione legata ai vini Gaudes, da sempre al centro della produzione dell'azienda bergamasca. Villa Domizia è il segno distintivo con cui la passione e l'esperienza dei fratelli Rota interpretano il desiderio di dare nuovo valore ai vini del territorio lombardo. Fin dai primi anni Novanta iniziarono a valutare l'ipotesi di creare una linea apposita di vini che riuscisse a comprendere al meglio questo sentimento.

Ipotesi che diventò realtà dopo alcuni anni di ricerche ed investimenti. I rossi nascono dalla sapiente unione di due vitigni alloctoni come Merlot e Cabernet, coltivati sulle colline bergamasche, sono un esemplare taglio bordolese. Al loro fianco la versione in bianco ottenuta a sua volta da altri due vitigni alloctoni: Pinot e Chardonnay. La sede dell'azienda, a Torre de' Roveri, del resto, si trova proprio in una delle zone più tipiche per la produzione dei vini Valcalepio Doc. Secondo i fratelli Rota, quando un vino è riconoscibile, equilibrato e facile da bere, viene definito piacevole ed è proprio la piacevolezza la dote più apprezzata in un vino, i più apprezzati diventano poi vini di successo.  cod 100055

Villa Domizia
Quattroerre Group
035 580701
www.villadomizia.net



Calvisius®

CAVIAR

WWW.CALVISIUS.IT



L'ITALIA DEL VINO

Tre Merlot friulani da non perdere



di ***Eros Teboni***
Miglior sommelier del mondo Wsa 2018

Originario della Francia, ma è nel Collio, grazie a un terroir e a un microclima particolarmente favorevoli e a produttori che ci hanno creduto tantissimo, che il Merlot ha trovato la sua seconda casa, rivelandosi nel corso dei decenni, parte di quell'identità inequivocabilmente territoriale, che caratterizza la regione.

Qui il Merlot trae linfa dai terreni della tipica "Ponca" friulana, una roccia marnosa di origine eocenica, che alterna strati coriacei di arenaria e marna, connotando friabilità e densità di minerali, mentre nel bicchiere si riverbera in un naso dai sentori erbacei e fruttati e in un sorso pieno, morbido ed elegante. cod 100810







1 MERLOT COLLIO DOC 2021 - PIGHIN

Varietà: 100% Merlot
Forma di allevamento: Guyot
Prezzo medio: 12 euro

Terreni vocati al vino fin da epoca Romana, con le vigne che godono della protezione delle Alpi e sono accarezzate dalla brezza che soffia dal mare Adriatico. Le uve, una volta giunte a maturazione vengono raccolte a mano; la vinificazione avviene in tini di acciaio prediligendo la macerazione in rosso, come da tradizione; l'affinamento in acciaio e in botti di legno. Un Merlot appagante, pulito, che induce alla convivialità, e al naso si rivela più fruttato che floreale, intenso, ampio, con sentori di frutta rossa croccante, ciliegia matura, mora, mirtillo, viola e leggerissime note speziate di coriandolo, cumino e macis. Al palato è fresco, piacevole, avvolgente, caldo, intenso, persistente, con una bella struttura, che lascia intuire un'ampia scelta di abbinamenti a primi e a secondi di carne di diversa natura.

In abbinamento: Suino nero del Trasimeno, purea di mele candite e spinaci
Ricetta di Andrea Impero, cuoco del Quattro Sensi a Torgiano (Pg) e socio Euro-Toques Italia





2 MERLOT RISERVA DOC COLLIO TOROS FRANCO

Varietà: 100% Merlot
Forma di allevamento: Guyot
Prezzo medio: 82 euro

Una cantina di confine, con la Slovenia a pochi passi, le Prealpi Giulie a nord, il mare Adriatico a sud, a mitigare il clima, e nel suolo la "ponca", il tipico terreno del Collio. Solo quando è il momento si procede con la vendemmia manuale, che solitamente avviene ai primi di settembre, per poi proseguire con la vinificazione, mettendo in atto macerazioni che durano 20 giorni, con rimontaggi frequenti a temperatura controllata e due anni di affinamento in barrique di rovere nuove. L'assaggio non delude, è un grande Merlot. Lo spettro olfattivo è ampio, con profumi che ricordano l'erba tagliata, l'elicriso, la peonia, la frutta rossa surmatura, con note di te nero, insieme a leggeri sentori tostati e vanigliati. Al palato è caldo, pieno, avvolgente, rotondo, cremoso, secco, con un'intrigante concentrazione, tannini piacevolmente avvolgenti, lievi note speziate e una bella lunghezza.

In abbinamento: Lombetto di agnello, cremoso di patate, paprika e sesamo, ricetta di Carmine Cataldo della Nazionale Italiana Cuochi

3 MERLOT GRAF DE LA TOUR 2018 VILLA RUSSIZ





Varietà: 100% Merlot
Forma di allevamento: cordone speronato
Prezzo medio: 35 euro

I vigneti di trent'anni si estendono su una collina orientata a sud-ovest, su suoli di roccia sedimentaria clastica, mescolata a calcare e argilla, il raccolto manuale si effettua a perfetta maturazione delle uve, per poi procedere alla vinificazione, dividendo gli acini dai raspi, lasciando a fermentare e a macerare per una ventina di giorni, sottoponendo a una maturazione in barrique di rovere francese da 225 lt per circa due anni, a un assemblaggio in acciaio e a un affinamento in bottiglia di 10 mesi. Un Merlot che si distingue per eleganza, al naso un sentore erbaceo che apre a un florilegio di profumi di frutta matura, dalla marasca al ribes, al lampone e a impercettibili note speziate. In bocca perfettamente integrato con il legno, piacevole, vellutato, minerale, strutturato, con note di mora, mirtillo, frutti maturi e noci pekam.

In abbinamento: Galletto, uovo, cipolla borettana e prataiolo, ricetta di Lorenzo Alessio della Federazione Italiana Cuochi

Nero d'Avola Ambasciatore di Sicilia



Tra freschi profumi di spezie e ciliegie, il Nero d'Avola Doc Sicilia, con una produzione di più di 43 milioni di bottiglie, incarna il gusto di una storia millenaria capace di stupire per abbinamenti inediti e versatilità

Dalla liquirizia al tabacco, sentori di spezie e ciliegie, colore rubino più o meno intenso, brillante, vivace, con riflessi violacei o granati: il Nero d'Avola è il rosso Doc Sicilia per eccellenza, che dal bacino embrionale della Sicilia sud-orientale si è gradualmente diffuso fino a essere presente in modo esteso in larga parte del territorio.

Il vitigno a bacca rossa più importante della Sicilia, con più di 43 milioni di bottiglie certificate Doc Sicilia nel 2022, conferma il trend positivo in atto dal 2017, quando le bottiglie erano poco più di 7 milioni.

«Il Nero d'Avola è un vitigno che riesce a sorprendere grazie alle sua innata capacità di sposarsi alla perfezione con sapori diversi e anche inaspettati - sottolinea **Antonio Rallo**, presidente del Consorzio di Tutela Vini Doc Sicilia - ma è proprio questa la sua cifra stilistica, la chiave del suo successo: la versatilità».

Da un punto di vista sensoriale il vino è di colore rosso molto carico, il profumo è caratteristico, intenso e complesso, con percezioni di ciliegia, fragola e frutta matura, a cui seguono note di pepe e sentori vegetali freschi e speziati; in alcuni queste note (mallo di noce), caratterizzano in modo particolare i prodotti a base di Nero d'Avola.

A seconda della sua età, il Nero d'Avola Doc Sicilia riesce ad accostarsi con gradevolezza a pietanze a base di pesce o carne, accompagnando i commensali dall'aperitivo, fino a portate maestose, dai ricettari di cucina tipica locale fino a quella di taglio internazionale. Un vino versatile quindi, capace di sorprendere anche con accostamenti inediti e originali: dai piatti della cucina spagnola a preparazioni a base di curry.

Guardando alla storia di questo vitigno, il Nero d'Avola fu importato dai greci durante la loro presenza nell'isola; da loro deriva anche il tipo di allevamento a "bassa ceppaia", impiantato tipicamente a spalliera o ad alberello. Storicamente, il Nero d'Avola viene chiamato "Calabrese", una denominazione utilizzata già nel 1600 quando, con Calavrisi o Calaulisi, venivano indicati tutti quei vini associabili al Sud Italia per caratteristiche qualitative, metodo di lavorazione, colore e zuccheri.

Il nome "Nero D'Avola", con il quale il vitigno è riconosciuto da sempre in Sicilia, sottolinea l'importanza della zona di Avola come centro, se non origine, di antica coltivazione. Le testimonianze più antiche provengono dal Mendola (1868), che ne riferisce la presenza in provincia di Agrigento, Catania e Siracusa. Alla fine del 1800, come si attesta dai bollettini ampelografici delle altre provincie siciliane, il Nero d'Avola si diffonde in tutta la Sicilia. cod 100501

Consorzio di Tutela Vini Doc Sicilia
Info@consorziodocsicilia.it
www.siciliadoc.wine

LIBRA:
LESS IS MORE

jacleroi | parma IT







BEHIND EVERY TRUE STORY

Libra è il nuovo prosciutto crudo di Salumificio San Michele, ricco di potassio e caratterizzato da un ridotto contenuto di sodio, meno del 25% rispetto ai prosciutti tradizionali. Un prodotto ideale per chi è attento al proprio benessere e all'assunzione di sale nella propria dieta.

SALUMIFICIO SAN MICHELE S.P.A. | WWW.SAN-MICHELE.IT | INFO@SAN-MICHELE.IT

Monferrato



Una sola identità e tredici denominazioni

Il Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato svolge oggi il lavoro di tutela delle tredici Denominazioni di Origine Controllata e Garantita e Denominazioni di Origine Controllata presenti nel Monferrato

Tredici prestigiose Denominazioni di Origine Controllata e Garantita (Docg) e Denominazioni di Origine Controllata (Doc), oggi tutelate dal Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato. Questo è il cuore dell'incantevole territorio del Monferrato, area caratterizzata da tradizioni centenarie e una ricca biodiversità, tutta da scoprire.



Iniziamo il nostro viaggio con le quattro Docg che incoronano il Monferrato come regione vitivinicola dal crescente prestigio.

La **Barbera d'Asti**, regina incontrastata del Consorzio, vanta delle antiche tradizioni contadine in termini di produzione, ma anche un grande capacità di rinnovarsi e rimanere sempre attuale. Prodotto per almeno il 90% con il Barbera, vitigno coltivato prevalentemente nelle province di Asti ed Alessandria e che raggiunge la sua massima espressione proprio nella Barbera d'Asti, ha ottenuto la Doc nel 1970 e la Docg nel 2008, a testimonianza di un percorso di crescita (raggiunto anche grazie alle nuove conoscenze tecnologiche e scientifiche in campo viticolo ed enologico) che lo attestano oggi come uno dei più importanti vini italiani, sempre più apprezzato anche a livello internazionale.

Si aggiungono agli esempi virtuosi anche le aree di produzione della denominazione del **Nizza Docg**, assoluta eccellenza del territorio, e del **Ruchè di Castagnole Monferrato Docg**, a tutela di uno dei vitigni autoctoni più rari coltivati nel Monferrato astigiano. L'ultima Docg tutelata è **Terre Alfieri**, che comprende il **Terre Alfieri Nebbiolo** e il **Terre Alfieri Arneis**, due declinazioni diverse definite dall'impiego di uve a bacca nera o bacca bianca, coltivate in entrambi i casi su giaciture esclusivamente collinari costituite da terreni argillosi-calcarei-sabbiosi e dalle loro eventuali combinazioni. Il risultato sono dei vini rossi e bianchi di grande carattere.

Proseguiamo con le nove Doc che completano la proposta enologica straordinaria di questa regione: **Albugnano**, **Cortese dell'Alto Monferrato**, **Dolcetto d'Asti**, **Freisa d'Asti**, **Grignolino d'Asti**, **Loazzolo**, **Malvasia di Castelnuovo Don Bosco**, **Monferrato**, **Piemonte**. Le 13 Denominazioni di Origine Controllata e Garantita e Denominazioni di Origine Controllata del Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato rappresentano un autentico patrimonio enogastronomico italiano. Scopri il loro fascino e la loro eccellenza, immergendoti in un viaggio sensoriale tra le colline del Monferrato. cod 100483

Attività realizzata con il contributo del MASAF, ai sensi del decreto direttoriale n. 553922 del 28 ottobre 2022 - CUP J88H22001700008

Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato
0141 324368
www.viniastimonferrato.it



Mettiamo a disposizione 40 anni di esperienza

















LOMBARDIA CARNI

IL VOSTRO SPECIALISTA DI PRIMA SCELTA

Via Volta, 6 - 24011 Almè (Bg) - tel. +39 035 544816 • fax +39 035 544077
info@lombardiacarni.com • www.lombardiacarni.com

Tutela, come difendere e promuovere un territorio



Il concetto di tutela cambia dal punto di vista del produttore e del consumatore ma una caratteristica rimane invariata: la trasparenza dei prodotti che ne derivano



di ***Enrico Rota***
Presidente Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca

Anni fa esposi un concetto a me particolarmente caro legato alla "tutela" e che oggi vorrei nuovamente riproporre. È utile partire dal termine stesso: cosa intendiamo dire quando parliamo di prodotti tutelati e, di riflesso, degli enti che tutelano un prodotto? Quello della "tutela" è un concetto affascinante che, a seconda del punto di osservazione, può rivestire un'importanza differente e può assumere contorni molto diversi.

Dal punto di vista del consumatore un prodotto a tutela (Dop o Igp) è una garanzia, una sicurezza: sa che cosa sta consumando, quali sono gli ingredienti che lo compongono e la loro provenienza e i procedimenti ai quali è stato sottoposto il prodotto che ha acquistato.

Se ci poniamo dal punto di vista del produttore il concetto di "tutela" assume un aspetto un po' diverso. Si tratta certamente di una garanzia: potrà posizionare il proprio prodotto in una determinata categoria e potrà confrontarsi alla pari con i suoi concorrenti, sottostando alle stesse regole e limitazioni.

Questo aspetto è fondamentale: la "tutela" comporta dei diritti ma, al tempo stesso, anche una serie di doveri e oneri che devono essere rispettati per ottenere il marchio di certificazione, sottoponendosi a regole generate da un disciplinare di produzione e a una serie di controlli molto più rigidi. Questo significa che, una volta sul mercato, si gioca ad armi pari. Chi sceglie quindi di produrre fuori dalla "tutela" è libero di giocare ad armi nascoste e tenta di difendere al meglio la sua scelta nei modi più fantasiosi, dimenticandosi però che il consumatore attento sa a cosa va incontro e, nella maggior parte dei casi, essendo un consumatore consapevole, rifugge ciò che è poco chiaro.

La "Tutela" come garanzia di trasparenza

Nel fare un esempio esaustivo applicato a un settore a me caro, quello del mondo vinicolo bergamasco, e sapendo che la nostra zona detiene ben tre "tutele" a denominazione di origine (Moscato di Scanzo Docg, Valcalepio Doc, Terre del Colleoni Doc) che possono dar vita a ben 30 tipologie di vino, mi chiedo quale sia il vero motivo per produrre al di fuori delle regole previste dai disciplinari di produzione.

Non produrre prodotti Dop o Igp significa, di conseguenza, non difendere il valore di un territorio. Mi piace ricordare che il desiderio di far conoscere a tutti come nascono i prodotti ha dato vita ai consorzi di tutela. Dal settore caseario a quello vitivinicolo, i consorzi hanno come obiettivi la tutela e la promozione. Per difendere e promuovere un territorio e le sue produzioni specifiche, occorrono istituzioni, organizzazioni di rappresentanza e consorzi. cod 100322

CIRCUITO RISTOGOLF 2023
by Allianz

Sempre di più, sempre più golosi...



Grazie!

TITLE SPONSOR

Allianz

MAIN SPONSOR

Haier

PREMIUM SPONSOR



Deloitte.

SHISEIDO GINZA TOKYO

axpo

Giblor's italian worklife specialist

PARTNER SPONSOR



VALVERDE la forma dell'acqua

Valpantena



MartinoRossi

KOPPERT CRESS Architecture Aromatique



CACAO BARRY Since 1842 EXPRESS YOUR TRUE NATURE™

CHOCOLATE ACADEMY



Agnelli SINCE 1907

GINESI Frutta

WE FOR

VITALFOOD Pastry & Bakery

bulk GIANCARLOMORELLI

L'ARCHITETTURA del GUSTO

LORENZI® GROUP

PENSKECARS

ARCO INDUSTRIA ARREDAMENTO

ROVETTA ABBIGLIAMENTO DA LAVORO - ANTINFORTUNISTICA - PROMOZIONALE

GRUPPO ADMA MARKETING ADVERTISING

EUROSTAMPA

3B meteo

OFFICIAL SUPPLIER



JRE JEUNES RESTAURATEURS



DONATI ADVERTISING STUDIO

ROYAL HOTEL SANREMO

EVENTI CASINÒ SANREMO

COMPAGNIA TOSCANA SIGARI

Callaway

MEDIA PARTNER

NOTIZIE GOLF

CHECK-IN

Italia a Tavola

GOLF ITALIA

GC GRANDE CUCINA

PASSIONE GOURMET

REPORTER GOURMET la ricerca del gusto

GOLF CLUB



Golf Club Villa Carolina



Golf Club Verona



Golf Colline del Gavi



Golf Club Carimate



Barlassina Country Club



Circolo Golf Degli Ulivi Sanremo

TUTTI INSIEME PER

cesvi



Associazione Aggregata Federazione Italiana Golf

WWW.RISTOGOLF.COM





RIPARTIAMO DAL VINO

Paolo Porfidio è laureato in enologia e lavora come head sommelier al ristorante Terrazza Gallia, al settimo piano dell'Excelsior Hotel Gallia di Milano. Si è classificato primo nel sondaggio "Personaggio dell'anno 2019 - Premio Italia a Tavola" nella categoria Sala e Hotel. Grande è la sua popolarità nel mondo professionale e sui social network, tanto che nel sondaggio era risultato il candidato più votato in assoluto tra tutte le categorie. Nel 2020 è stato nominato coordinatore di Aspi (Associazione sommellerie professionale italiana) Milano. È miglior sommelier per Identità Golose 2023.



Buttafuoco Storico Vigna Pianlong 2018 di Cantina Scuropasso

Il colore è carico, intenso con una sfumatura rosso rubino e riflessi tendenti al granato, grande struttura nel calice. Il naso è ricco e di potenza, con frutti importanti: frutta rossa, ribes, amarena, amarena in confettura, accompagnati da importanti note di cacao, nocciola, liquirizia, pepe nero e spezie. Insomma, una grandissima complessità. Al palato presenta una grande avvolgenza, un tannino ben presente ma delicato, con una piacevolissima sapidità sul finale. Questo equilibrio molto ricco e completo lo rende molto godibile. Un vino capace di abbinare importanti piatti a base di carne, primi piatti a base di sughi o un bel ragù di carne. Insomma, un grande vino di potenza, di struttura, di aromaticità. cod 100115



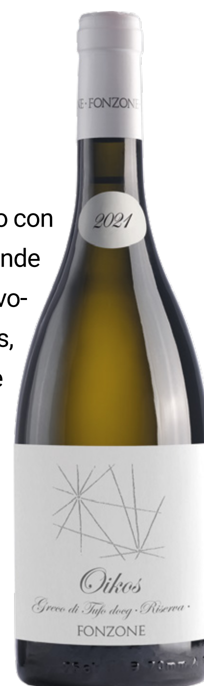


Rosato 2022 di Rocca di Frassinello

Il vino si presenta con uno splendido colore rosa, tenue, delicato, leggermente salmonato, ma molto delicato, che richiama subito freschezza, piacevolezza. Una volta avvicinato al naso, la prima cosa di cui ci accorgiamo è questa estrema piacevolezza: profumi primaverili, fiori di pesco e frutta a polpa rossa molto delicata, con delle piacevolissime note agrumate fresche, un bel pompelmo rosa. Al palato è altrettanto delicato, ma con una grandissima acidità, una grandissima freschezza e soprattutto, tipica caratteristica peculiare della Maremma situata a pochi passi dalla costa mediterranea, una grande sapidità. cod 100174

Oikos 2020 Greco di Tufo Riserva di Cantina Fonzone

Il vino si presenta con un importante colore giallo paglierino intenso con evidenti riflessi dorati che confermano la grande struttura e la grande ricchezza che regala il territorio dell'Irpinia. Il naso sprigiona piacevolissime note di frutta, polpa gialla matura, frutta tropicale, ananas, frutto della passione e piacevoli note agrumate con delle bellissime e leggere note speziate che ricordano anche un'evoluzione verso il miele. Il palato è pieno, caldo, ma allo stesso tempo di grande freschezza, con una piacevolissima sapidità, caratteristica tipica dei suoli che si trovano ad Altavilla Irpina, dove per la precisione siamo a circa 500 m slm, per cui iniziano ad avere una bellissima altitudine che dona freschezza e aromaticità al vino. cod 100259





BEN...BEVUTI AL SUD

I VINI CALABRI DI ACRONEO REALIZZATI COME 2.500 ANNI FA



di ***Gianni Paternò***

Un archeologo che invece di scavare reperti fa vini come si facevano oltre 2.500 anni fa nella Magna Grecia, Gabriele Bafaro, da Acri in Calabria, nel 2011 si laurea in Archeologia e poi si specializza con la tesi "La viticultura nell'antica Brettia e il progetto archeo-vino Acroneo". Complici alcuni corsi di degustazione e la passione per Bacco che gli viene dal nonno materno si è quindi dedicato a scoprire il modo di fare il vino nell'antica Magna Grecia studiando le fonti letterarie, iconografiche, e archeologiche.

Sono vini diversi, di assoluta naturalità, senza prodotti chimici, con batonnage come si faceva una volta e permanenza del vino sulle fecce fini. Fa 5 etichette di cui 3 in anfore: Arkon, Vino dell'Archeologo, Elektron; una in barrique: Vino di Raffaele e una in acciaio: Katia. In questi ultimi due cambiano solo i contenitori, poi tutto il processo si svolge come gli altri.

Degustiamo Arkon 2021 Igt Calabria, puro Magliocco. Vendemmia in cassette, messo in anfore da 250 litri dove rimane per oltre 6 mesi, poi non chiarificato né filtrato in bottiglia fino alla vendita. Colore granato impenetrabile con vivaci bordi viola; già al naso rivela grande equilibrio e complessità fatta di frutta rossa, pepe nero, liquirizia, tabacco, ma ci puoi trovare tanto altro, un olfatto pulito, intenso, franco; anche in bocca si distingue per l'armonia, tannini dolci ed evidenti ma con discrezione che accompagnano una giusta acidità, bella struttura e un grado alcolico di 15,5 che non avverti. Vino da godere in salotto, tanto è buono. Sono mille bottiglie numerate che prezzano €60.

cod 100697

LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

IL GIAPPONE ARRIVA IN VALPOLICELLA PER L'AMARONE COSTASERA DI MASI

di ***Piera Genta***

Per la sesta edizione del progetto Costasera Contemporary Art, nato per unire l'arte contemporanea con l'eccellenza enologica, Masi, azienda vitivinicola della Valpolicella, ha scelto l'artista giapponese **Yasuhiro Asai**, esperto nell'arte della lacca giapponese. Il progetto "Costasera Contemporary Art", con cadenza biennale, prevede la selezione di un artista di fama internazionale, originario di una nazione legata a Masi e ai suoi vini, per realizzare un'opera dedicata all'Amarone Costasera e alla sua caratteristica etichetta.

Sull'etichetta della selezione di Costasera 2005 viene riprodotta l'opera Saikou che significa "la fragranza dell'Europa": l'ispirazione dell'opera viene dall'Amarone Costasera, simbolo della cultura di un territorio che si esprime nell'aroma e nel gusto del vino. Racconta l'artista «per creare l'opera ho utilizzato le tecniche tradizionali tipiche della mia cultura, con un design contemporaneo, impiegando circa due anni di lavoro per completarla. Per le decorazioni, realizzate in madreperla con sfumature blu e viola, mi sono ispirato al motivo dei grappoli d'uva».

Il ricavato della vendita delle bottiglie sarà destinato a finanziare una borsa di studio che consentirà a un giovane artista giapponese di imparare l'arte del vetro a Murano.

cod 100706



DÉJÀ BU

CASTELLARE DI CASTELLINA VINI DI GRAN CLASSE NEL CHIANTI CLASSICO



di ***Guido Ricciarelli***

Nel 1977 Paolo Panerai, editore di Class, ha acquistato i vari poderi che tuttora costituiscono la proprietà e ha iniziato a produrre e imbottigliare vino in quei luoghi dove, prima di lui, i vari terreni venivano lavorati col tipico contratto agrario della mezzadria. Alla viticoltura, oggi, si affianca la produzione di olio e una struttura agrituristica. Affidatosi inizialmente ai consigli di Giacomo Tachis e ai lavori delle Università di Milano e di Firenze, si avvale da moti anni del supporto dell'enologo Alessandro Cellai.

L'azienda è composta da quattro poderi principali: Castellare, San Niccolò, Le Case e Caselle, che è anche sede operativa.

Suddividiamo la nostra degustazione in due gruppi. Dapprima i **Chianti Classico** con il **2021**, dai profumi pieni e puliti, varietale nei sentori di arancia rossa, fragola, ciliegia e maraschino. Scorre affilato, dinamico, con buona lunghezza finale. Il **Chianti Classico Riserva 2020** è speziato, floreale, nitido, con sentori di ciliegia, prugna e mirtillo rosso.

Il **Chianti Classico Riserva Il Poggiale 2020** ha una potenza ben dosata per un profilo saporito, di buon allungo. Aromi fruttati e parti dolci in evidenza. In particolare sentori di arancia rossa e amarena.



Abbandoniamo solo momentaneamente il filone Sangiovese con il **Coniale 2019**, un Cabernet Sauvignon in purezza. Intenso ed elegante con un bell'impatto balsamico e le classiche note di frutti di bosco, grafite, cassis e lieve polvere di caffè. Bocca molto distesa e persistente. Il **Poggio ai Merli 2019** è un Merlot in purezza. Naso intenso su arancia rossa, lamponi, leggermente fumé ed elegante. Trama media con tannini molto equilibrati. Il Sangiovese torna a dettare legge con I **Sodi di San Niccolò 2019**. Dall'omonimo cru, è un vino di sostanza dotato di una solida impalcatura acido-sapida. Note di ciliegia scura, mora di rovo, accenni di pietra focaia e sentori appena boisé. Una versione di pregevole eleganza e dinamicità che trova nel sorso reattivo e saporito il suo punto di forza e la stoffa del vino di gran class. cod 100684

BOLLICINE CHE PASSIONE

PERPÉTUELLE, LE MIGLIORI SELEZIONI ANTHOLOGIE BLANC DI CAMILUCCI

di ***Piera Genta***

Perpétuelle, un brut nature dal concetto nuovo, un vino che nasce dall'unione delle migliori selezioni dei vini di Anthologie Blanc del passato magicamente riunite in una cuveè "perpetua" che ogni anno si rinnova. Il vigneto si trova sulle colline moreniche a 200 metri slm nel comune di Rodengo Saiano (Bs) in Franciacorta. Viene lasciato affinare nelle silenziose cantine per almeno 36 mesi, regalando sensazioni complesse ed uniche.

Prodotto nella sua prima serie 14-16 in quantità limitate è l'espressione di una vinificazione di soli vini di riserva dalle migliori uve Chardonnay, scrupolosamente selezionate e vinificate. Un Brut Nature, complesso ma al tempo stesso elegante, intenso, fine, di corpo, maturo ed armonico. In commercio il 14/18 che sta ad indicare che l'assemblaggio è costituito da Anthologie Blanc 2018, 2017, 2016, 2015 e 2014. Ideale a tutto pasto, si abbina perfettamente a tutti i piatti della cucina italiana.

cod 100790



CARTE D'OR
PROFESSIONAL

Il tuo Tiramisù fatto in casa, con meno tempo e lavoro



Carte D'Or preparato per Tiramisù

- 100% affidabile per gusto, consistenza e stabilità.
- Con vero mascarpone e uova già pastorizzate.
- Senza glutine.
- Resa : 48 porzioni.



Scopri di più su **ufs.com**



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

Degustazione La mappa dei sapori del caffè



Abbandonate l'idea che la lingua sia divisa in quattro aree di percezione del gusto, in realtà parrebbero essere di più. Marco Bazzara, Sensory projecy manager e director della Bazzara Academy ci spiega la mappa dei sapori

Degustazione del caffè: qual è il sapore predominante? Come riconoscere le diverse sfumature di gusto tra una miscela e l'altra? Spesso queste differenze sono quasi impercettibili per la maggior parte delle persone, in realtà tanto cambia da una miscela all'altra. A tal proposito, **Marco Bazzara**, Sensory project manager e Academy Director della Bazzara Academy , ci spiega la mappa dei sapori.

«Ci sono almeno due idee comuni ormai superate riguardo alla percezione del gusto. La prima riguarda la consuetudine di raffigurare la lingua in quattro aree precise, dove la sensibilità dei quattro gusti fondamentali è molto più marcata e, nel particolare, dove il sapore dolce si percepisce sulla punta della lingua, l'acido e il salato nelle zone laterali, e l'amaro sulla superficie della parte terminale della stessa. In realtà, nel-



le papille gustative non esiste una sensibilità indirizzata a un unico sapore, perché le fibre che compongono le singole papille sono reattive verso stimoli molto differenziati e in maniera poliedrica. Anche se comunque presenti, le variazioni di sensibilità lungo la superficie della lingua sono minime».

«Per verificare in modo semplice l'intensità dei sapori nelle varie zone della lingua - continua Marco Bazzara - basta mettere un pizzico di sale sulla punta della stessa (presunta area specializzata per la dolcezza), o un po' di zucchero liquido nella sua area posteriore (l'area mappata per l'amarezza), e constatare che si percepiscono molto chiaramente. L'origine di questo malinteso risale al secolo scorso ed è presumibilmente dovuta a un errore di interpretazione di uno studio tedesco (Hänig, 1901) che, con il passare del tempo, si è trasformato nella familiare illustrazione della mappatura della lingua ancora oggi molto diffusa».

«La seconda idea, messa sempre più in discussione, è che ci siano solo quattro sapori di base: amaro, dolce, acido (o aspro) e salato. Per quanto i quattro gusti, in effetti, riproducano percezioni diverse, questa classificazione non è esauriente. Riconosciuto da fisiologi giapponesi, il quinto sapore che si riferisce a un gusto sapido, derivante dalla presenza di composti simili al glutammato, è stato ufficialmente ammesso come sapore primario con il nome di umami. Ad oggi, esperti di vari settori, impegnati a studiare il mondo dei sapori, cercano di identificare e definire nuove sensazioni gustative che possano perfezionare la loro classificazione, come ad esempio il "metallico" o il "grasso", ecco perché la percezione del gusto è potenzialmente infinita. Ecco perché un caffè può avere diversi sapori che vanno dall'amaro all'acido, dal dolce al salato sino ad arrivare al cosiddetto umami» conclude Marco Bazzara. cod 100442

Per informazioni:
www.bazzara.it/formazione/



Sebastiano Caridi

Panettone al Caffè limited edition Essse Caffè e Caridi insieme

Un lievitato speciale che viene dall'incontro di due eccellenze italiane: è il nuovo Panettone al Caffè in limited edition per il Natale 2023, frutto di una collaborazione davvero d'eccezione. Da una parte Essse Caffè, storica torrefazione bolognese guidata dalla famiglia Segafredo che da oltre 40 anni realizza pregiate miscele per i migliori bar, portando in tutta Italia, ma anche nel mondo, il meglio dell'Espresso; dall'altra, **Sebastiano Caridi**, giovane ma già affermato Maestro Pasticcere, che ha fatto dell'alta pasticceria un progetto rigoroso e in continua evoluzione.

«Il caffè è tra gli ingredienti più difficili da gestire in un grande lievitato. Da sempre desideravo perfezionare questo tipo di panettone, realizzandone uno che mantenesse il gusto persistente dell'espresso nell'impasto. Finalmente in Essse Caffè ho trovato la materia prima perfetta» racconta Sebastiano Caridi. «Questo panettone è in linea con il nostro concetto di eccellenza: l'alta qualità del caffè incontra l'alta pasticceria, in un'esclusiva edizione limitata. Ecco dunque un lievitato pensato per i professionisti del bar che vogliono arricchire la propria proposta natalizia con un prodotto davvero straordinario e inedito», fa eco Essse Caffè.

Artigianale e di raffinata qualità, il Panettone al Caffè è racchiuso in un'elegante confezione in latta. Perfetto come regalo, sarà soprattutto il suo gusto a sorprendere, grazie a ingredienti speciali, sapienti abbinamenti e impeccabile processo di lavorazione. Deciso e innovativo, è impastato con espresso all'italiana e arricchito con cubetti di goloso caramello. Imprescindibile, il lievito madre, da fermentazione rigorosamente spontanea: l'impasto che ne risulta è poroso e in cottura sprigiona tutta la sua sofficità, in cui rimangono integre le qualità e le caratteristiche degli ingredienti utilizzati. Le 62 ore di lavorazione, quattro lievitazioni a tempo e temperatura controllati e due impasti, garantiscono una morbidezza e una consistenza eccezionali.

Si incontrato così in questo raffinato ma intenso lievitato due rituali, quelli dell'espresso e del panettone, capaci di raccontare il miglior saper fare italiano.

cod 100591

Essse Caffè
051 6425711
www.esssecaffe.com





That's fruit folks!

IMPORT EXPORT INGROSSO **ORTOFRUTTICOLO**

Boffetti Marino Srl
via A. Volta 8/10 - 24011 Almè (BG)
T. +39 035 54 54 55 - F +39 035 54 56 88

boffettimarino.com

boffetti
ENJOY FRUIT



Ristoranti veg

Parole d'ordine: trasparenza, stagionalità e genuinità

Sempre più clienti scelgono uno stile di alimentazione più sano. E così questa tipologia di format verticale è aumentata del 300%. Giacomo Pini, esperto di marketing della ristorazione spiega i fattori più importanti sui quali impostare un menu alla carta capace di incontrare le nuove esigenze dei consumatori

di ***Martino Lorenzini***

Percorsi culinari dedicati che lasciano la possibilità a forme di ristorazione più inclusive, dove il cliente vegano e quello vegetariano possano tranquillamente sedersi al tavolo con commensali dalle abitudini alimentari completamente differenti. Tutto questo possibile grazie a un menu variegato capace di contenere al suo interno referenze che accontentino qualsiasi genere di palato. I ristoranti si adattano quotidianamente e da sempre per venire incontro alle esigenze dei consumatori e oggi hanno scelto di puntare forte su aspetti peculiari quali trasparenza, stagionalità e genuinità dei prodotti.

Lo sa bene **Giacomo Pini**, consulente ed esperto di marketing della ristorazione, nonché fondatore di GpStudios, e, non ultimo, autore dei fortunati libri "Risto Boom. Crea il successo del tuo locale", "L'Arte del Breakfast" e "Il marketing territoriale dell'Italia che non ti aspetti. Come vendere i luoghi magici fuori dai circuiti turistici commerciali". Insieme al suo staff l'esperto da tempo analizza le tendenze di questa particolare frangia della ristorazione segnalando quelle più efficaci.

Per Pini per analizzare la situazione dei ristoranti veggy e vegetariani è necessario considerare una serie di importanti dati. «Se consideriamo la domanda il tema legato all'healthy e a uno stile di alimentazione sempre più sano si fa sempre più preponderante nel panorama attuale della ristorazione - ha spiegato Pini - Dall'altra parte, ovvero, dal lato offerta, i format verticali dedicati a questa tipologia di ristorazione sono aumentati del 300% in poco tempo. Tuttavia, i dati Eurispes, risalenti a maggio 2023, mostrano come la curva crescente del numero di vegetariani e vegani in Italia si stia oggi stabilizzando. In particolare, considerando le statistiche dedicate vegani, a titolo dimostrativo, si è passati da uno 0,6% di vegani sulla popolazione italiana nel 2014 a un 3% nel 2017

per poi scendere all'1,3% nel 2022 e arrivare a un 2,4% nel 2023. Questa oscillazione non significa che l'attenzione alla sostenibilità ambientale non sia un punto capace di generare grande interesse nel consumatore. Trasparenza, stagionalità e genuinità sono infatti fattori più determinanti per una carta capace di incontrare le esigenze dei consumatori oggi».

Ma come si fa ad avviare un format dedicato a questo specifico tipo di ristorazione?

Per prima cosa bisogna crederci per far sì che l'esperienza sia autentica - ha spiegato Pini - Se al cuore della proposta rimane forte la filosofia e il pensiero del mangiare sano, del "mangiare pulito", allora tutta la proposta risulta più convincente e quindi di impatto. Soprattutto se si è in grado di lavorare bene anche sul contesto e quindi permettendo al visual e agli elementi di arredo così come a una comunicazione trasparente di rafforzare il format nella sua identità. Il veg è uno stile di alimentazione particolare, che richiede molta preparazione, creatività e attenzione. Basilare per questa tipologia di format focalizzarsi su un concetto di sostenibilità a 360 gradi. Sostenibilità che però non deve essere solo legata al fattore ambientale, ma anche a un fattore economico.

Ha quindi senso inserire proposte vegetariane o vegane all'interno di menu variegati?

Premetto che il format all-veg è stato sdoganato, la popolazione oggi non conta solo vegetariani e vegani come potenziali consumatori capaci di apprezzare una proposta completamente vegetale: ci sono flexitariani (ovvero, i "vegetariani flessibili", poco convinti della scelta di non mangiare del tutto la carne, tanto da concedersela ogni tanto), vegetariani, pescitariani (fautori di una dieta che esclude la carne rossa e bianca a favore della carne di pesce e di animali acquatici invertebrati, come i crostacei), persone con intolleranze o che semplicemente cercano anche nel fuori casa un consumo più responsabile. Risulta quindi fondamentale giocare sull'elemento curiosità per attirare il segmento della vegalike-people, cioè persone tendenzialmente onnivore, ma che cercano di consumare più vegetale per una questione di benessere e nutrizione. L'inserimento in carta di proposte veg può essere un toccasana anche per mostrare il legame del locale con territorialità, stagionalità e l'utilizzo oculato di prodotti genuini nel rispetto di tutte le loro caratteristiche.

Ma quali sono oggi i format innovativi che hanno abbracciato questi trend?



Colgo l'occasione per citare da questo punto di vista Brolo Milano. Si tratta di un ristorante bistrot collegato a una bottega di frutta e verdura sfusa, come quelle di una volta, con una proposta che include la colazione, grazie alla pasticceria, l'aperitivo, con drink preparati con gin e amari italiani, passando per pranzi e cena all'insegna della freschezza e della rivisitazione dei piatti casalinghi italiani regionali.

Ma, oltre ai vari ristoranti indipendenti, diverse sono anche le catene di successo, come l'italianissima Flower Burger o l'inglese Neat Burger di due personaggi molto noti come il pilota di Formula 1 Lewis Hamilton e l'attore Leonardo di Caprio. Già in questo senso Pret a Manger si era mosso dal 2019 con il progetto Veggie Prets per rispondere al trend sempre più in crescita con una proposta verticale 100% naturale e plant-based.

Oggi la novità se consideriamo invece il mercato estero è Mr Charlie's, che si è voluto imporre a gamba tesa sul mercato come l'antagonista di McDonald's con una strategia di brand e marketing davvero da manuale. Invece a coprire il segmento online c'è Cosaporto.it, che offre un servizio di delivery focalizzato sul vegan, vegetariano e healthy pensato anche per il B2B a cui propone servizi specifici di catering e colazioni di lavoro.

Non da ultimo, anche nella ristorazione alberghiera si fa sempre più forte il legame con la natura, come nell'Hilton Milan in cui è stata inaugurata una Greenhouse, ovvero una vera e propria serra che produce tutti gli ingredienti naturali per rifornire la cucina del ristorante CotoliAMO. Le opportunità sono tante, con un buon studio della carta e un'analisi di fattibilità aprirsi a nuovi segmenti di mercato è possibile. cod 100327

Vintage

LA RIVINCITA DEI SAPORI E DELLO STILE DI UNA VOLTA



di ***Francesca Fornaciari***

C'è stato un momento, qualche anno fa, dove l'aggettivo vecchio si è trasformato in vintage, il semplice è diventato minimal, il rustico è diventato raw. Abbiamo fatto diventare di moda il passato e quasi non ce ne siamo accorti… fino ad ora. Ora, che nelle osterie d'antan milanesi c'è la fila fuori e la prenotazione online, che le ricette degli influencer non hanno più una lista della spesa lunga ed esotica ma pochi (buonissimi) ingredienti, che il weekend in campagna è diventato cool e la tovaglia a quadretti di design. Cosa ci ha spinto a guardarci indietro? Il marketing, come al solito.

In tutti i campi artistici, dalla moda al cinema, c'è un ciclico ritorno al passato e, in modo inconsapevole, questi trend si insinuano anche nella nostra vita con le scelte quotidiane: cosa acquistare, cosa guardare, cosa indossare. Il mondo dell'enogastronomia era, fino a qualche tempo fa, la mosca bianca tra le arti poiché le tradizioni erano sì importanti ma venivano innovate, rese fusion, scardinate così da rendere anche un semplice piatto di pasta al pomodoro un'elaborata ricettazione da 20 ingredienti e altrettante ore di preparazione. Uno chef veniva giudicato dall'inventiva, dalla creatività a discapito dell'effettiva bontà del piatto così come un ristorante veniva considerato cool se proponeva qualcosa di nuovo: dalle poké house ormai mainstream ai ristoranti di sola carne esotica fino ai tavoli interattivi con chef virtuali.

Ritorno alle radici: Il trend del cibo "vintage"



Si faceva a gara alla proposta più estrema per una cucina divertente e a tratti dissacrante. Risultato? Più esperienze che cene effettive, più ricordi da raccontare agli amici che papille gustative soddisfatte. Il ritorno al passato vero, quello di pochi ingredienti e grembiuli sporchi di sugo, è arrivato prepotente post-pandemia, dove la nenia "ne usciremo migliori" forse da qualche parte ha centrato il punto. Abbiamo fatto il pane in casa e ora lo pretendiamo anche al ristorante per un rassicurante ricordo del focolare domestico. Esempio emblematico di questo back to the past all'italiana lo si vede in Trippa, giovanissima trattoria dal sapore vintage: tovagliette, non tovaglie, poche pagine di menù e ricette come si deve.

Si mangia quello che c'è ma si prenota online, sempre che ci sia posto. La gen-z adora osterie e sagre di paese, che racconta e recensisce su Tiktok mentre i ristoranti propongono serate a tema con sottofondo di soli artisti italiani di qualche decennio fa e gli influencer fanno dirette social in cucina con la nonna. Sulle piattaforme digitali corre veloce l'hashtag #italiancore dove, soprattutto all'estero, l'Italia viene presentata nella sua forma più iconica ed immortale, con Sofia Loren che mangia una generosa dose di spaghetti, i pescatori delle Cinque Terre in perfetta armocromia con l'ambiente e la Puglia come un'immensa masseria bianca con panni stesi (bianchi anch'essi) ovunque. Insomma, la cara e vecchia Italia buongustaia è diventata un trend, i ristoranti hanno abbandonato la cucina molecolare per una parmigiana come Dio comanda e noi forse non ne usciremo migliori ma ne usciremo, finalmente, sazi! cod 99831

La parola del mese

Sentimento di malinconia - diffuso soprattutto tra i giovani - che spinge al desiderio di vivere epoche mai vissute per ragioni anagrafiche. Un ritorno al passato che viaggia tra moda, cinema fino alle abitudini alimentari.

Neostalgia



Il Trend
Tutto torna...

Il richiamo al passato nel cibo si basa sui concetti psicologici di nostalgia e di familiarità. La nostalgia deriva dall'idealizzazione del passato, mentre la familiarità offre sicurezza. Spesso viene vista come forma di protesta contro la modernità ma, al contrario, è la conseguenza di un normale ciclo che si ripete da sempre. Il cambiamento di generazione infatti influenza le tendenze e gli stili di vita e le nuove generazioni non cambiano mai del tutto, piuttosto mutano lentamente lasciandosi addosso qualche traccia di quel passato che, all'improvviso, ritorna.

Le 5 ricette D'Antan

1. '50ies - Frittata di cipolle sulla sdraio in spiaggia
2. '60ies - Insalata di carne in scatola come schiscetta
3. '70ies - Pesca Melba per una dose di zuccheri extra
4. '80ies - Pennette alla Vodka nell'hotel in riviera
1. '90ies - Cocktail di gamberi all'aperitivo





LIKE & FOLLOW



@postisinceri

Bar dalle insegne démodée, tavole calde con tavolini di plastica, osterie che vantano date di fondazione di oltre cinquant'anni fa, bocciofile e circoletti che scandiscono da decenni la vita quotidiana dei quartieri: dal 2018, Posti Sinceri colleziona luoghi profondamente radicati nel nostro tessuto urbano.





Jacleroi
WWW.JACLEROI.COM

INSICUREZZA ALIMENTARE

DAL COVID AI CONFLITTI INTERNAZIONALI

Gli sviluppi geopolitici degli ultimi anni hanno influito sull'andamento del mercato agroalimentare e i mercati esteri con i paesi coinvolti nelle guerre evidenziano un netto calo. Aumento dei prezzi, diminuzione del potere d'acquisto e fenomeno della sgrammatura mettono sempre più in difficolta il consumatore come evidenziato dal Rapporto Coop 2023



di ***Massimo Artorige Giubilesi***

Founder & ceo Giubilesi & Associati

Chairman FCSI Italian Unit

In un mondo sempre più interconnesso, le ripercussioni delle guerre non si limitano ai confini fisici dei paesi direttamente coinvolti. L'attuale panorama geopolitico, segnato da conflitti in diverse regioni, ha iniziato a tessere una rete di conseguenze che si estendono ben oltre i campi di battaglia. Un settore particolarmente sensibile a queste dinamiche è proprio quello del cibo e dell'ospitalità, pilastri fondamentali dell'economia e della cultura italiana.

Mentre la guerra in Ucraina continua senza sosta e con prospettive di pace sempre più lontane, eccoci di fronte ad un altro conflitto altrettanto grave e preoccupante che si aggiunge allo scenario mondiale già complesso e fluttuante dopo l'emergenza sanitaria. Israele, seppur piccolo e meno coinvolto nel nostro bilancio export agroalimentare, nel 2022 ha acquistato prodotti made in Italy per un valore di 346,7 milioni e bevande per 48,28 milioni (fonte Osservatorio Economico Mercati Esteri), evidenziando anche in questo caso che il problema rimane importante.

Anche volendo tenersi distanziati dagli aspetti politici, **non possiamo non ammettere che tutto ciò influenza in maniera tangibile il settore alimentare: dall'interruzione delle catene di approvvigionamento all'aumento dei costi, passando per le variazioni nei modelli di consumo**, le guerre in corso hanno iniziato a lasciare il loro segno, che a mio avviso diventerà indelebile.

Gli equilibri storici ed **i mercati globalizzati del food hanno iniziato a scricchiolare durante il Covid, mostrando le debolezze del sistema che nonostante tutti gli sforzi a livello legislativo e regolamentario, oggi confluiscono in maniera significativa a ciò che sempre più esperti ed analisti chiamano "nuovo disordine mondiale"**. Termine che rispecchia le sfide emergenti e le dinamiche geopolitiche che stanno ridefinendo la sicurezza alimentare e le catene di produ-

zione e distribuzione degli alimenti che da anni faticano a compiere quel passo in più, necessario e fondamentale per rendere il comparto veramente sostenibile sotto il profilo economico-finanziario, sociale ed ecologico.

La crisi ha spinto molti paesi, compresa l'Italia, a riconsiderare le proprie politiche agricole e di sicurezza alimentare, enfatizzando la necessità di diversificare le fonti di approvvigionamento ed aumentare la produzione interna. Mosse audaci che devono però fare i conti con i mercati energetici e le conseguenze dirette sui costi di produzione e di logistica intermodale.

E da qui, tutti possono vedere come il conflitto nel Medio Oriente scoperchia un altro enorme problema che ha iniziato a bollire in pentola a pressione come conseguenza dalle sanzioni derivanti dalla guerra tra Russia e Ucraina. E il vapore che fuoriesce da questa pentola diventa sempre più offuscante insieme all'odore di bruciato delle politiche sulle fonti rinnovabili, l'energia green, le pratiche agricole sostenibili e l'adozione di tecnologie di produzione innovative, compone un brodo amaro, che però non riusciamo a smettere di bere a piccoli o grandi sorsi, in base all'andamento dei mercati o delle leggi a volte sensate, a volte no.

Aumento dei prezzi, inflazione in crescita e shrinkflation (sgrammatura)

I primi sintomi di indigestione di tutto ciò sono facilmente riconoscibili: **secondo il Rapporto Coop 2023 in Italia i prezzi dei prodotti alimentari e delle bevande analcoliche in due anni sono aumentati del 21,3% e si prevede che nel 2024 cresceranno ancora del 4%**. Questi dati però non rappresentano in pieno la situazione reale, perché **cresce a dismisura anche il fenomeno della sgrammatura (shrinkflation), mascherato da un cambio di confezione "sostenibile" accompagnato da riduzione del peso o del volume dei prodotti venduti poi allo stesso prezzo di prima**.

Il Rapporto mette in chiaro anche un altro fatto: negli ultimi due anni l'inflazione ha abbattuto il potere di acquisto di 6.700 euro pro capite e ha trascinato 27 milioni di italiani in condizioni di difficoltà. Non possiamo fingerci allora sorpresi di scoprire che il 36% delle persone intende ridurre i propri consumi, mettendo così a rischio di crollo anche la mitica e italianissima Dieta Mediterranea, a causa degli aumenti vertiginosi dei prezzi che hanno ridotto di oltre 900mila tonnellate in due anni gli acquisti di ortofrutta.

I numeri si commentano da soli, aggiungo solo che i dati del Rapporto Coop 2023 sono stati presentati esattamente un mese prima dell'inizio del conflitto israeliano. Non vorrei precipitarmi in affrettati allarmismi, ma stare tranquilli sarebbe ancora più sbagliato. Altrettanto inutile e errato secondo me, è continuare a sbandierare slogan di pace, sostenibilità e progresso dietro i quali trapelano interessi economici o, peggio ancora, demagogici.

Le guerre in atto richiedono un significativo intervento umanitario e aiuti finanziari, deviando risorse che altrimenti potrebbero essere impiegate per affrontare la sicurezza alimentare globale, senza quale non ci sarà futuro per nessuno a prescindere dalla razza, dalla religione o dalle preferenze politiche. cod 100808

Per informazioni:
www.giubilesiassociati.com





Un viaggio gustoso verso la salute



di ***Domenicantonio Galatà***
Presidente Associazione Italiana Nutrizionisti in Cucina

Se c'è un'arte culinaria che incarna contemporaneamente tradizione e salute, questa è senza dubbio la cucina mediterranea. Basata sugli ingredienti della dieta mediterranea, già patrimonio dell'umanità, famosa in tutto il mondo per i suoi innumerevoli benefici per la salute. È stata associata a una minore incidenza di malattie cardiache, diabete di tipo 2, ictus e persino alcune forme di cancro. I grassi salutari, l'abbondanza di antiossidanti e l'assenza di cibi altamente processati sono gli elementi chiave di questa dieta/cucina.

Parlando di cucina mediterranea, affonda le radici nella cultura di più comunità che condividono prodotti, ricette e molto altro che scoprirete nelle "puntate" di questa rubrica, a patto che non ne perdiate una.

Tornando alla dieta mediterranea, secondo gli studi recenti non è più così diffusa sulle nostre tavole, vi è un'alta aderenza solo nel 15% della popolazione. L'obiettivo ambizioso di questa rubrica è raccontarla al grande pubblico attraverso un potente strumento di comunicazione e di aggregazione: la cucina.

Quella mediterranea è principalmente basata su ingredienti naturali come olive, cipolla, peperoncino, melanzane, maiale e più in generale di pesce azzurro, legumi e cereali integrali. Questi ingredienti mediterranei spesso coltivati localmente, creano un'ampia varietà di piatti ricchi dai sapori autentici, è con questi che condivideremo il viaggio...

Il mio parte dalla Calabria, con i suoi 800 km di coste. Una regione unica per la sua biodiversità, tra ci-

polle rosse e peperoncini - portatori sani di tradizioni centenarie - è il luogo ideale per apprezzare la cucina mediterranea.

Sono nato a Polistena in provincia di Reggio Calabria a pochi chilometri da Nicotera la cittadina dove il dottor Del Vecchio, Fidanza e Keys negli anni '50 condussero studi sulla dieta mediterranea. Non ho solo sentito parlare di cucina mediterranea, l'ho vissuta con i miei nonni, con i miei genitori. Ho fatto il vino col torchio, la salsa di pomodori d'estate insieme a zii e cugini; le melanzane sott'olio, la pasta fresca la domenica, le frittelle di "nannata", le zeppole con le alici, lo sgombro sott'olio.

La mia storia personale è intrecciata con questo territorio. Sono cresciuto in una famiglia "mediterranea". I miei bisnonni erano contadini così come i miei nonni, crescendo con loro ho imparato molti dei segreti della cucina mediterranea. Oggi, come nutrizionista, vado tramandando questa esperienza e condivido lo stile di vita mediterraneo in tutto il mondo.

Ve lo dico subito, la cucina mediterranea non è solo un fatto di ingredienti. C'è anche la manualità, la tecnica, il fritto, le conserve, la dispensa e tanto altro; con essa riaffiora il concetto di autoproduzione, dal pane alla pasta, fino alle conserve che attribuiscono a questa cucina un elevato punteggio di sostenibilità oltre che di salubrità.

La cucina mediterranea così come la dieta mediterranea è uno stile di vita. La pratica del convivio e dei pasti condivisi è altrettanto importante quanto gli ingredienti e le ricette. L'attività fisica regolare è una componente essenziale, insieme ad un bicchiere di vino e un riposo sufficiente.

Come nutrizionista prediligo un approccio culinario alla dieta, "la cucina al posto della scrivania, le padelle al posto della bilancia" scriveva Michele Mirabella nella prefazione del mio primo libro "A tavola è già tardi".

La cucina, se divulgata correttamente, è un potente strumento educativo ed informativo. Un luogo fisico da tutelare dove purtroppo sono sempre meno le persone che cucinano. La cucina nel mio studio mi consente di avere un approccio ludico al cibo, credo sia arrivato il momento di dire basta alla dieta, i dati lo confermano: le diete non funzionano. Contemporaneamente il concetto di "dieta" è stato distorto, passando dall'essere uno stile di vita a diventare un regime alimentare.



Per completare il nostro viaggio nel mediterraneo abbiamo bisogno di andare oltre il concetto di dieta mediterranea e iniziare a parlare di alimentazione e cucina mediterranea.

I benefici alla salute della dieta mediterranea studiati da Fidanza e Keys sono scientificamente connessi alle modalità di cottura, oltre che alle caratteristiche degli ingredienti locali (che consumiamo raramente crudi). Per affrontare il viaggio è fondamentale questa mappa (concettuale): **Dieta M** → **alimentazione M** ↔ **cucina M**.

Oggi, l'alimentazione sbagliata, come il fast-food, piatti pronti surgelati e prodotti industrializzati, è così diffusa che mangiare in modo sano è diventato sinonimo di "stare a dieta". Dobbiamo rieducarci e comprendere i veri principi dell'alimentazione che non trascendono da una cucina sana.

È importante capire che è la quantità di cibo che fa la differenza, un concetto ben espresso dalla dieta mediterranea, che promuove il consumo senza eccessi. Anche l'assunzione di vino è moderata, poiché la moderazione è l'elemento fondamentale di questo stile alimentare.

cod 100830



CHIEDI A...
ANTONIO CUOMO
CHEF CULINARY
ADVISOR DEBIC



SUSHI, storia e rivisitazioni di un cult

Il sushi non è un piatto giapponese. Una frase che comporta un certo sconcerto, soprattutto se non si conosce tutta la storia degli iconici bocconcini di riso con pesce crudo. No, le motivazioni non sono da rintracciare nell'espansione a macchia d'olio che questo piatto tradizionale ha avuto, ma sono da ricercare molto più indietro nella storia, quando, il sushi non esisteva, se non sotto forma di un lontano parente di quello che ad oggi è a tutti gli effetti una pietanza entrata nella nostra quotidianità.

Partiamo dal principio. Il sushi non è una specialità nata nell'arcipelago nipponico, né tantomeno è stato concepito con l'intenzione di essere un piatto, quanto piuttosto un metodo di conservazione: intorno al IV secolo d. C. nelle zone costiere della Cina e della penisola coreana era particolarmente diffusa l'usanza di eviscerare il pesce per poi riempirlo e porlo in mezzo al riso cotto che, fermentando, creava un ambiente acido nel quale i prodotti ittici freschi mantenevano intatte per più tempo le loro qualità organolettiche.

Inserito in grandi contenitori, il pesce poteva essere trasportato per lunghe tratte o stipato per molto tempo senza deteriorarsi. Il fatto più particolare legato a questa preparazione è che il riso veniva buttato prima della consumazione. In alcune regioni giapponesi questa tecnica è ancora in uso con il nome di Nare-zushi o Funa-zushi a seconda della zona di produzione e del pesce utilizzato.

Nel periodo Muromachi (1336-1573), ci furono molte rielaborazioni che propiziarono il salto del sushi da conservazione a ricetta. Una di queste, chiamata Namanare, prevedeva l'aggiunta di aceto in cottura.

Arrivati al periodo Edo (1603-1867), il sushi ebbe la sua consacrazione. Tra i vicoli affollati della frenetica Edo si svilupparono delle bancarelle che proponevano dell'haya-zushi, letteralmente "sushi veloce": non si doveva più attendere che il riso inacidisse, ma lo si me-



Il segreto dello chef

Il segreto per un buon sushi risiede nella qualità e nel modo in cui viene trattato il pesce: il taglio, la lavorazione e la freschezza di un certo tipo di prodotti ittici, che possono essere tonno, salmone, pesce azzurro fino ai gamberi, è la base fondamentale da cui partire per qualsiasi tipo di rivisitazione ben riuscita. Rispettando ciò è possibile introdurre elementi eterogenei come i pomodori, il basilico o la mozzarella, sostituendoli a sapori nipponici come alghe o soia.

Sushi a regola d'arte

scolava con aceto, pesce, uova e verdure. I venditori ambulanti negli anni reinterpretarono il sushi in maniere diverse: a prevalere fu una diminuzione delle dimensioni (al tempo erano tre volte quelle di oggi) e si diffusero anche l'uso della soia a scopo conservativo e del wasabi per coprire eventuali odori sgradevoli del pesce.

Tuttavia ciò che diede la svolta definitiva fu il ristorante di Yoshiaki Shiraishi, definito il padre del nigiri, che sul finire degli anni Cinquanta del '900, nel tentativo di abbassare i costi di gestione del locale e renderlo alla portata di tutti, inventò il kaiten-zushi, il celeberrimo "sushi girevole" con piccoli piattini che circolano davanti allo sguardo dei clienti.

Nonostante le sue origini non siano ascrivibili al solo Giappone e il suo successo mondiale sia stato reinterpretato e ibridato con molte idee culinarie differenti, per il paese del Sol Levante il sushi rimarrà sempre Edo mae zushi, ossia "il sushi di fronte alla baia di Edo", per indicare il significato nazionale, quasi religioso, che questo piatto ha per la capitale e per tutto l'arcipelago giapponese. cod 100705

Per informazioni:

www.debic.com/it-it

Cream Cheese Debic

Il consiglio dello chef

Pesce e riso, sono i due elementi fondamentali che creano masticazione nel sushi, ad essi si accompagna solitamente una parte cremosa, che andremo a ricreare con un formaggio aromatizzato. Per ottenere una crema di formaggio che si sposa perfettamente con i sapori di roll o nigiri Debic consiglia Debic Cream Cheese un formaggio spalmabile, dalle qualità impareggiabili, altamente tecniche, ottenuto da un processo di fermentazione di latte e panna.



La ricetta

Tartare di salmone marinato, guacamole, cream cheese alle erbe e brodo di riso all'aneto





Unilever Food Solutions

Ad Host cooking show con Felix Lo Basso e focus sulla formazione

Grande successo per l'attesissimo cooking show dello chef stellato Felix Lo Basso, unica nuova stella Michelin 2022 a Milano con il suo Felix Lo Basso Home & Restaurant, che si è tenuto lo scorso martedì 17 ottobre a Host, l'appuntamento internazionale della ristorazione professionale e dell'ospitalità.

L'evento, promosso da Unilever Food Solutions e Federazione Italiana Cuochi, in collaborazione con Barilla for Professionals, ha visto il coinvolgimento, oltre a **Felix Lo Basso**, di **Giuseppe Buscicchio**, Executive Chef Unilever Food Solutions. Felix Lo Basso è interprete di una cucina di alto livello, sofisticata nell'elaborazione dei piatti ma con forti legami con la tradizione e le materie prime italiane. Intuizione, fantasia, innovazione e creatività sono gli elementi caratterizzanti la sua proposta e le tre ricette che ha realizzato durante il suo cooking show.

Lo chef ha iniziato con "Baccalà fritto con cime di rapa e limone bruciato", realizzato con la panatura pronta 3 in 1 della linea Maizena, per continuare con un primo piatto "Mezze maniche farcite con gamberi e ricotta, vellutata di zafferano" preparato con la pasta Selezione Oro Chef, novità in rilancio di Barilla for Professionals e Mise en place allo zafferano Knorr Professional. Per concludere il delizioso "Tiramisù Moderno", in una nuova versione reinterpretata in forma e consistenza realizzato con i preparati per Tiramisù e Croccante Carte D'Or insieme ai tradizionali Pavesini.

L'evento è stato l'occasione per riflettere sul "Menù del Futuro", tema centrale del progetto formativo 2023 di Unilever Food Solutions e sul giusto equilibrio tra valorizzazione del piatto ed esperienza che lo chef vuole offrire al proprio cliente. Felix Lo Basso ha evidenziato l'opportunità da parte dello chef di avvalersi di prodotti industriali e semilavorati, ad alto valore aggiunto, capaci di semplificare l'attività in cucina, caratterizzata spesso da ritmi elevati e risorse limitate.

Soluzioni ed applicazioni innovative che supportano ogni giorno lo chef nel proprio lavoro, permettendo al professionista di dare massimo spazio alla creatività e alla fantasia e di regalare un'esperienza unica al proprio cliente, garantendo nello stesso tempo la sostenibilità economica.

Il cooking show è disponibile sul sito **www.unileverfoodsolutions.it** nella sezione dedicata a Host.

cod 100602



Giuseppe Buscicchio, Alessandro Alaimo Di Loro (Head of Country UFS) e Felix Lo Basso



CHI DORME NON PIGLIA PESCI...
E TU SCEGLI QUELLO GIUSTO!









FJORD.ITALIAN PASSION FOR EXCELLENCE

SOTTO LA TOQUE: CURIOSA, AUTENTICA, APPASSIONATA

ANNA MARIA PELLEGRINO





di ***Carla Latini***

Nata a Venezia il 19 marzo 1966, vive e lavora tra Veneto e Lombardia. É una gastrònoma, gustoso vocabolo del secolo scorso, e poi food writer e blogger, docente di gastrosofia, storia ed evoluzione della cucina, cuoca e maestra di cucina. Membro attivo dell'Accademica della Cucina Italiana è Presidente fondatrice AIFB, Associazione Italiana Food Blogger e Consigliere APCI, Associazione Professionale Cuochi Italiani.

È ospite fissa e autrice a Geo (Rai 3) dove dal 2015 narra di identità culinarie che si vanno perdendo nel logorio della vita moderna. Incurabile bibliofila è sempre alla costante ricerca di prime edizioni datate e colleziona coltelli e matite. Cura lo sviluppo e l'esecuzione di ricette esclusive per aziende nazionali ed internazionali presenti nel settore dell'enogastronomia (produttori e distributori di ingredienti, strumenti di cottura e di taglio). Insegna storia ed evoluzione della cucina e cura Master di specializzazione in Istituti Alberghieri, Dipartimenti di Agronomia e Corsi di laurea triennali in Scienza e cultura della gastronomia e della ristorazione.

Scrive per "Fuocolento", Moro Andrea Editore; "Con i piedi per terra", Speak out Editore; "Gag - Giornale di Agricoltura e Gastronomia", Biblioteca Internazionale La Vigna; "Selezioni di Sapori", Magazine Valsana; "Arte in cucina", APCI. Nel corso degli anni anche per Il Gazzettino, Sapori d'Italia e altri. Molte sono le sue medaglie conquistate grazie ad attività e progetti raccontati sui suoi social. Partecipa, quale moderatrice, relatrice e ospite, a innumerevoli seminari, eventi, trasmissioni radiofoniche e televisive, convegni nazionali: Festival del Giornalismo Alimentare, Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Olio Capitale, Primi d'Italia, Accademia Italiana della Cucina, Biblioteca Internazionale La Vigna, Confindustria Padova, Assindustria Veneto Centro, Italmopa, Salone dei Sapori a Padova, Unomattina, In viaggio con Marcello, Eat Parade, Lineaverde e altri.

Abbraccia con la sua conoscenza profonda e discreta ogni religione e ogni parte del mondo. Studiando e raccontando la cucina regionale italiana, quella europea e medio orientale. cod 100043



- ***Da bambina cosa sognavi di diventare?***
Una ballerina di danza classica.
- ***Il primo sapore che ti ricordi.***
Baccalà mantecato
- ***Qual è il senso più importante?***
In realtà tutti
- ***Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.***
"Boero", il Torresano ripieno di agnello con marasche e cioccolato fondente, pere al vino, scalogni, polenta di Storo e gravy al Sangue Morlacco
- ***Come hai speso il primo stipendio?***
Un (vinile) ed un libro: "September" degli Eart, Wind e Fire e "La vita interiore" di Alberto Moravia.
- ***I tre piatti da provare almeno una volta nella vita.***
Spaghetto al pomodoro, ostriche con pane e burro, Sacher Torte
- ***Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?***
Vino e formaggio
- ***Qual è il tuo cibo consolatorio?***
Una bolla trentina con una polpetta di carne o del cioccolato fondente con un passito dei Colli Euganei
- ***Che rapporto hai con le tecnologie?***
Molto buono: non le disturbo mai e loro mi amano per questo.
- ***All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?***
Cervello fritto
- ***Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?***
Un uomo che mi guardi come se fossi la cosa più buona del mondo
- ***Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?***
Il "Canestro di frutta" di Caravaggio
- ***Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?***
"Due, in realtà. "La canzone del pane" dei Camillas e "Amandoti" dei CCCP

THE ITALIAN WAY TO LIVE DOLCE

SIGEP

THE DOLCE WORLD EXPO

20–24 GENNAIO 2024
FIERA DI RIMINI

45° Salone Internazionale della Gelateria, Pasticceria, Panificazione Artigianali e Caffè.











sigep.it

ORGANIZZATO DA

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

IN COLLABORAZIONE CON



ITA
ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

madeinitaly.gov.it

Capitale italiana della Cultura Candidata 2026
rimini



RISTOGOLF 2023 BY ALLIANZ

Tappa conclusiva a Sanremo tra alta cucina, sport, fiori e musica

Per celebrare la conclusione del Circuito Ristogolf 2023 by Allianz, è la Città dei Fiori e della Musica, Sanremo, ad accogliere una tre-giorni all'insegna dello spirito "Giocare a golf, mangiare bene, bere bene e tanta voglia di divertirsi!".

La finale del Circuito Ristogolf 2023 by Allianz si è tenuta al Circolo Golf Degli Ulivi Sanremo, tra divertimento e buona cucina sui campi. Celebrazione di chiusura con cena esclusiva al Casinò di Sanremo con tanti ospiti

L'appuntamento al Royal Hotel Sanremo, raffinata struttura fronte mare a cinque stelle lusso, un luogo magico e suggestivo, dove Giancarlo Morelli e Dario Colloi, rispettivamente vice-presidente e direttore di Ristogolf, in compagnia del Title Sponsor Allianz e del Royal Hotel Sanremo, hanno dato il benvenuto agli ospiti per lasciare il palco a Silvia Cecchetti, cantante dall'incantevole voce che dopo il Festival di Sanremo ha girato il mondo in tournée con Andrea Bocelli. Al tavolo ostriche e Tsarine Champagne per aprire la cena: diverse le isole di gusto, a partire dal resident chef Moreno Picchietti che ha presentato la tradizione ligure.

Lo chef Pier Giorgio Parini, per Koppert Cress, ha proposto "Mustard cress, carote e cipresso", mentre chef Fabrizio Barontini, per MartinoRossi, due idee plant-based: Mini Burger di legumi, erbe di Provenza e salsa "Slurpy" e Polenta di Mais Corvino con ragù vegetale. Un giro d'olio Coppini Arte Olearia, un goloso assaggio di gorgonzola Palzola e continua la degustazione. Sul piano cottura di Haier, Walter Zanoni e Gianluca Ferrari, per Molino Dallagiovanna con Pastificio Dutto, cucinano Trofie al pesto e Plin con sugo d'arrosto.

In abbinamento, acqua Valverde e un'ampia selezione di vini della rete Valpantena. Termina la cena con il buffet di dolci, caffè Lavazza by We-For, cioccolato Cacao Barry, i sigari di Compagnia Toscana Sigari e le creazioni di Alberto Baù del Bulk Mixology Food Bar Milano. Il repertorio musicale di Silvia Cecchetti ha fatto cantare e ballare gli ospiti. L'attesa lotteria di beneficenza con i premi omaggiati dagli Sponsor per raccogliere fondi per il progetto "Case del Sorriso in Italia" della Fondazione Cesvi, rivolto ai bambini che in Italia vivono in povertà materiale, educativa, relazionale e affettiva.

La finale al Circolo Golf Degli Ulivi Sanremo

Dopo il risveglio vista mare, i golfisti raggiungono il Circolo Golf Degli Ulivi Sanremo, storico percorso incastonato fra le colline sanremesi. Presentazione dei team, foto di rito e tutti sul tee di partenza! In campo due gare:

una a coppie per i Finalisti del Circuito Ristogolf 2023 by Allianz e una individuale per gli Amici Ristogolfisti che non si volevamo perdere l'ultimo incontro della stagione. Pit-stop in buca 6 e 11 con gli Snack Mr. Beans 100% legumi italiani di MartinoRossi, frutta fresca, acqua Valverde e caffè Lavazza by WeFor.

Nel frattempo, una grande buvette in club house regala l'imbarazzo della scelta: la pizza gourmet di Molino Dallagiovanna, cotta nel forno Haier, la selezione di gorgonzola Palzola, le verdure ripiene vegetali al 100% di MartinoRossi e il fusillo gamberi e funghi porcini del resident chef Matteo Riccitelli, ristorante Tee Shot del circolo. Per una nota dolce, gelato con frutta semicandita di Vitalfood. Il wine pairing è delle cantine della rete Valpantena: Bertani, Costa Arènte, La Collina dei Ciliegi, Ripa della Volta e Ottella.


Manzo con salsa ai mirtilli selvatici e pimpinella di Giancarlo Morelli

La cena esclusiva al Casinò di Sanremo

Alla sera, è l'esclusiva Sala Privé del Casinò di Sanremo, in stile liberty, a fare da cornice alla cena gourmet a più mani. Il benvenuto è curato da chef Valter Gaiaudi di Prime Quality con un susseguirsi di finger food, scandito dalle bollicine di Tsarine Champagne. La postazione mixology offre un cocktail a base di Gian the Gin by Bulk e Acqua delle Stelle di Azienda Pernigo (Valpantena). Spazio alla musica con un concerto dell'Orchestra Sinfonica di Sanremo. Gli applausi per l'esibizione sul palco passano il testimone agli artisti in cucina.

Inizia chef Emanuele Donalisio, ristorante Il Giardino del Gusto, con una Ventresca di tonno rosso scottata alla brace, delicata Mornay di cavolfiore gratinato. Segue chef Giorgio Servetto, ristorante Vignamare, con Polenta bianca ai porri. È la volta del Manzo con salsa ai mirtilli selvatici e pimpinella di chef Giancarlo Morelli, dell'omonimo ristorante. A chiusura del viaggio culinario, Davide Comaschi, World Chocolate Masters Winner, con un Gianduiotto nel piatto e l'irresistibile kermesse di dolci a cura del ristorante Da Vittorio F.lli Cerea. Ad ogni piatto un abbinamento vino a cura di Valpantena. Ad allietare la convivialità di questa straordinaria serata, il maestro Giuseppe "Peppe" Vessicchio, con aneddoti sulla sua carriera, sulla sua passione per la musica e per il vino, e ovviamente sul Festival di Sanremo.


Polenta bianca ai porri di Giorgio Servetto

Dopo i sentiti ringraziamenti agli Sponsor che, insieme a chef, alle location ospitanti e ai numerosi giocatori, hanno reso possibile un'edizione di così grande consenso, ecco la generosità di tutti i partecipanti del Circuito Ristogolf 2023 by Allianz con la consegna di un assegno del valore di 18.300 euro a favore della Fondazione Cesvi.

Tee dopo tee. Buca dopo buca. Assaggio dopo assaggio. La magia del Circuito Ristogolf 2023 by Allianz è giunta al termine: arrivederci Ristogolfisti, al 2024! cod 100694

Per informazioni: **www.ristogolf.com**





Di Matteo
La storia della pizza



di ***Gabriele Ancona***

Siamo nel cuore più vero della tradizione, quella della pizza napoletana. La Pizzeria Di Matteo di via dei Tribunali, in pieno centro storico del capoluogo campano, lo scorso giugno ha compiuto 87 anni. È guidata dalla famiglia, giunta ormai alla quarta generazione, con lo spirito, l'entusiasmo, la passione e l'impegno di sempre.

«Rappresentiamo un punto fermo a Napoli, apprezzato da decenni

dai cittadini e dai turisti. Anche da attori e personalità, come quando nel 1994 venne a farci visita l'allora presidente degli Stati Uniti Bill Clinton». A parlare è **Edoardo Ammendola**, amministratore e uomo di pizza del locale. Ha sposato **Adele Di Matteo**, terza generazione. Il loro figlio **Riccardo** è già ampiamente operativo.

La Pizzeria Di Matteo è una vera fucina di pizze al forno e fritte. «Ne serviamo una media di 800 al giorno - annota Ammendola - Nel periodo natalizio raggiungiamo anche quota 2.200. I gusti? Un'infinità».

Ingredienti di alta gamma per pizze classiche e fritte

La carta è davvero ricca. Basti pensare che una sezione è dedicata solo alle Margherita, in una dozzina di versioni, da quella con peperoni a quella con nduja. Poi ci sono le Classiche, le Fritte e quelle della Famiglia Di Matteo. «Tra queste - sottolinea Edoardo Ammendola - mi piace ricordare la Radici, che si ispira agli ingredienti di questa terra. Ecco allora ricotta, cicoli, salame Napoli, pomodoro fresco e mozzarella di bufala.

Molto interessante anche la Faccia Gialla con pomodorini gialli del Piennolo, mozzarella di bufala e in uscita una grattugiata di limone. Un classico del territorio vesuviano dedicato a San Gennaro che nel 1631 fermò la lava. Non a caso l'abbiamo presentata in ottobre nell'ambito della manifestazione Pompei è Città. Con noi il maestro pizzaiolo Vincenzo Iannucci, responsabile della linea di farine Special per pizza di Molini Pivetti».



Riccardo Ammendola, Adele Di Matteo e Edoardo Ammendola

Di Matteo e Molini Pivetti, un intenso rapporto di partnership

Con Molini Pivetti la Pizzeria Di Matteo ha di recente avviato un intenso rapporto di partnership. «Abbiamo studiato e sviluppato insieme una farina su misura per noi - puntualizza Ammendola - Si tratta di una miscela di due tipologie di farina con due forze diverse, selezionate tra le migliori gamme di Molini Pivetti per creare un prodotto eccellente che esprima al massimo il nostro prodotto».

«Ci dona un impasto profumato, scioglievole, leggero e digeribile - conclude Ammendola -. Un prodotto personalizzato realizzato in base alle nostre esigenze. Da questa miscela otteniamo una farina specifica per dare valore aggiunto alle nostre pizze. Molini Pivetti ci ha aiutato molto e il risultato è stato ottimale. Realizziamo un impasto diretto con lievitazione di 6-8 ore e idratazione al 70-75%». cod 100009

Pizzeria Di Matteo
081 455262
www.anticapizzeriadimatteo.it







Cucina di mare e pizza i punti di forza. Un locale accogliente dove la soddisfazione della clientela è un imperativo. Lo guidano i fratelli Dino e Rossano Mastropierro. Le referenze Cirio Alta Cucina una garanzia

Aurora a Riccione

Dai fratelli Mastropierro buona pizza e cucina di mare



I LOCALI DEL CUORE

CIRIO 1856 *Alta Cucina*

di ***Gabriele Ancona***

A due passi dal porto di Riccione (Rn) l'accoglienza e l'offerta enogastronomica di rango sono garantite. Il Ristorante Pizzeria Aurora è un indirizzo sicuro.



Lo guidano i fratelli **Dino** e **Rossano Mastropierro**, pugliesi d'origine, romagnoli d'adozione. «Ho iniziato da piccolo come lavapiatti a Molfetta - ricorda Dino - Poi ho frequentato l'Istituto alberghiero e ho incominciato a darmi da fare ai fornelli assecondando una passione potente. Mi sento cuoco da quando ho 16 anni». Dino in cucina e Rossano in sala rappresentano un binomio che è davvero un punto di forza dell'ospitalità romagnola. Cucina di mare e pizza sono le parole chiave all'Aurora. Ma non solo, perché le esigenze della clientela vanno soddisfatte a tutto tondo. Ecco allora anche una nutrita selezione di primi, omaggio alla tradizione regionale, e di secondi di carne.

Un ricco ventaglio di proposte gastronomiche

Sul fronte ittico non c'è che l'imbarazzo della scelta: una quarantina di ricette tra antipasti caldi e freddi (Guazzetto di mitili e crostacei, Fantasia di mare fresco assortito), primi (Strozzapreti dello scafo: vongole, pomodorini e cime di rapa stufata, Risotto alla pescatora rosso) e secondi (grigliate, fritture, fresco del giorno al forno o al sale). Solo alcuni riferimenti tanto per dare le coordinate gastronomiche. E poi le pizze, classiche e speciali. In tutto oltre venti proposte. Molto apprezzate, fatte salve quelle canoniche sempre sulla cresta dell'onda, la Campana, a base di pomodoro, mozzarella di bufala, salame piccante e olive, e la Vecchia Modena, farcita con mozzarella pomodoro, radicchio, salame piccante, aceto balsamico e Parmigiano Reggiano.



Il pomodoro: ingrediente trasversale

Ingrediente principe e trasversale - sottolinea Dino Mastropierro - è il pomodoro. Utilizziamo da circa un mese alcune referenze di Cirio Alta Cucina. Siamo più che soddisfatti in quanto stiamo viaggiando davvero ad alto livello con I Pelati in ambito ristorazione e con La Rustica nel laboratorio pizza». I Pelati sono il prodotto simbolo di Cirio Alta Cucina.

Di colore rosso vivo, sono grandi e corposi e assicurano un'elevata resa grazie alla abbondante salsatura. «Sono adatti per ogni tipo di preparazione e nella nostra cucina si sono rivelati un elemento di importante valore aggiunto - sottolinea Mastropierro - Così come per la pizza La Rustica è un punto fermo. Una passata talmente polposa che evoca i sapori di una volta. È la base ideale per ogni ricetta, anche perché ha un'ottima resa, perde poco volume e cuoce in un momento». cod 100524

Ristorante Pizzeria Aurora
0541 660938
www.cirioaltacucina.it





A Vico Equense, da vent'anni, Cerasè propone gastronomia ittica, a cui ha affiancato la pizza al metro. Dal 2019 ha aperto Pizza Therapy, pizzeria pura. Materie prime a km zero, a partire dalle farine di Mulino Caputo

Michele Cuomo

Pizza e cucina partenopea senza compromessi



di ***Gabriele Ancona***

A 14 anni ha deciso di seguire l'istinto e si è buttato a capofitto nel mondo della cucina. Michele Cuomo ci ha visto giusto e solo cinque anni dopo ha aperto nella sua Vico Equense (Na) il ristorante pizzeria Cerasè. Affacciato sul Golfo di Napoli, dopo un ventennio è sempre un punto di riferimento per chi ama la cucina di mare. «Ma siamo in Campania - spiega Cuomo - e la pizza non può mancare. Qui proponiamo la pizza vicana nella tipologia a metro.

Impasto contemporaneo ad alta idratazione

Per pareggiare i conti, Michele Cuomo, che ha anche portato come consulente l'arte della pizza a Seul, in Corea del Sud, ha deciso di aprire una pizzeria pura a Vico Equense. «Nel 2019 - racconta - abbiamo dato vita a Pizza Therapy, che oggi

si presenta ai consumatori con un locale più ampio, ma sempre vicino a Ceraseè.

Qui sforniamo pizze tonde che nascono da un impasto contemporaneo, ad alta idratazione, l'80%, con fermentazione a 24 ore. Punto di forza ingredienti a chilometro zero, a partire dalla farina. Da sempre, per entrambi i locali, è quella di Mulino Caputo. Con le nostre materie prime siamo orgogliosi di promuovere il territorio e la cucina partenopea».



Nei locali di Cuomo rapporto consolidato con Mulino Caputo

Un rapporto consolidato nel tempo quello con il Mulino di Napoli. Da Cerasè si sviluppa con la farina "gialla" Superiore. Versatile ed equilibrata, è ottenuta da miscele di grani di media forza e molta elasticità. Da Pizza Therapy protagonista è la Nuvola. Indicata per grandi alveolature, è una farina trasversale che si rivela ottima per focacce, pizza in teglia e contemporanea. Il cornicione fragrante è assicurato.

«Siamo con Mulino Caputo da decenni - puntualizza Cuomo - perché la qualità è davvero una garanzia. L'alto livello non si discute: è una certezza. È inoltre un'azienda in costante evoluzione, vicina alla propria clientela, con cui imposta un rapporto intenso. Un dialogo costante che si traduce in una produzione di farine che soddisfa le diverse esigenze dei pizzaioli».



Tra i cavalli di battaglia di Cerasè, sul fronte pizza Michele Cuomo segnala la Marina, a base di crudo di gamberi, provola affumicata, valeriana, pomodorini gialli e grattugiata di limone. Una ricetta in linea con la filosofia ittica del locale. «Da Pizza Therapy - annota - va alla grande la classica Margherita. Molto apprezza anche la Sapori nostrani con Diavoletto, olive nere e pomodorini freschi». cod 99918

Cerasè
081 8016073
www.cerasevicoequense.it
www.mulinocaputo.it

Pasticceria Busato
La tradizionale nel cuore della provincia veronese


La Sbrisolona



A Isola della Scala, da mezzo secolo c'è una pasticceria: qui Alessandro Busato, Maestro AMPI, delizia i palati con dolci di tradizione, torte moderne e da credenza, pralineria e lievitati importanti



di ***Francesca Tagliabue***
per conto di AMPI

Isola della Scala, siamo nel cuore del Distretto del Riso, nella Bassa Veronese, terra di risaie dominata dall'acqua delle risorgive, dei fontanili e dei fiumi Tartaro e Piganzo. La vocazione alla risicoltura della pianura veronese esplode nella prima metà del 1500, quando la dominazione veneziana introduce la coltivazione del riso per bonificare il territorio veronese e quando Isola della Scala, città scaligera - al tempo si chiamava infatti Insula Scalarum - prende il nome temporaneo di "Isola di San Marco", per poi tornare a Isola della Scala nel 1797, con la fine della Repubblica di Venezia.

Il simbolo della città - la Torre Scaligera - è quanto rimane oggi di una struttura difensiva costruita nel Trecento. La cittadina è circondata, oltre che dal verde delle risaie, da numerose ville venete, e offre belle passeggiate lungo l'argine del fiume Tartaro fino ad arrivare alla Palude di Pellegrina, oasi naturalistica Sic (Sito d'Importanza Comunitaria) della Rete Natura 2000 vocata alla protezione dell'avifauna.

Vialone Nano: chicchi preziosi, dolci e salati

Attualmente, l'areale intorno a Isola della Scala è un importante polo per la coltivazione del riso Nano Vialone Veronese Igp, il primo riso in Europa a ottenere il prestigioso marchio d'Indicazione Geografica Protetta nel 1996. A Isola ogni anno, da oltre mezzo secolo, si tiene la Fiera del Riso, la più grande e amata festa italiana dedicata al risotto e al riso; nella zona si coltiva circa la metà del riso Vialone Nano italiano ed è proprio qui che nel 1967 nasce la ricetta del Risotto all'Isolana - preparato con il Vialone Nano, carne di maiale e parmigiano reggiano, profumato alla cannella.

Ideale per risotti ma non solo, il Vialone Nano entra anche nei dolci di tradizione di queste parti, come ci racconta il Maestro **Alessandro Busato**, co-fondatore di AMPI, che proprio a Isola della Scala, nella culla del Vialone, ha la sua pasticceria con caffetteria, aperta dal padre cinquant'anni fa come bar-pizzeria per trasformarla per passione in una pasticceria.



Alla Pasticceria Busato tra riso e tradizione

Oggi il negozio è gestito da Alessandro Busato insieme al figlio Mario - stesso nome del nonno e terza generazione innamorata dell'Arte Dolce. Oltre al bacino locale, qui vengono per assaggiare le sue creazioni da Modena, da Bologna e ovviamente da Verona: tra i progetti del Maestro Alessandro Busato, con il figlio, c'è infatti l'apertura di un secondo punto vendita proprio nel capoluogo veneto, a meno di 20 km da Isola della Scala.

Tra i fiori all'occhiello della Pasticceria Busato ci sono tante delizie che tra gli ingredienti celebrano il chicco locale e la sua farina, come la torta di riso classica ma anche la Sbrisolona (siamo sempre tra Verona e Mantova) e i golosissimi Risino - tartelletta di frolla friabile con crema pasticciera e riso cotto in latte e vaniglia - e Risone (un guscio di sfoglia con al cuore lo stesso ripieno del Risino).

Ci sono la Crostata di riso al cioccolato e pere e quella con la confettura di ribes; da provare il Cake di riso e mele. Pur distratti dalla lunga vetrina di delizie dolci, non ci scordiamo dei golosi cioccolatini a base di riso soffiato e, sotto le Feste, dei tipici nadalin veronesi oltre ai classici lievitati firmati dal Maestro, torte moderne e da credenza, monoporzioni raffinate e pralineria. cod 100809


Alcune delle torte della Pasticceria Busato

Pasticceria Busato
045 7300560
www.facebook.com/pasticceriabusato

Pietro Benzi

Miglior Maître d'Italia 2023 Amira



Pietro Benzi durante la prova Falmbè

Pietro Benzi, della sezione Cuneo-provincia Granda, è il miglior Maître d'Italia. A decidere chi sono i direttori di sala più bravi è stato l'annuale concorso organizzato alla Fiera di Longarone (Bl) da Amira. A salire sul podio con Benzi, Lorenzo Breda, di Venezia, e Giulio Bonora dalla Sardegna.

Le prove e la giuria

Il terzetto che ha vinto la finale ha superato 5 prove:

- Orale linguistica, con due lingue fra inglese, tedesco e francese;
- Scritta;
- Pratica a sorpresa;
- Flambè (la più importante per punteggio, con esecuzione alla lampada, spiegazione del piatto e abbinamento cibo-vino);
- Orale sul vino.

«A giudicare il miglior maître - ricorda il presidente di Amira, **Valerio Beltrami** - è stata una giuria d'eccezione con presidente il maître esperto Cesare Loverde, Alberto Lupini, direttore di Italia a Tavola, lo chef stellato Enzo De Prà, il sommelier e docente di sala all'alberghiero Dolomieu, Paolo Cavasin, e il giornalista enogastronomico Francesco Mancini». A coordinare i lavori il cancelliere di Amira, Claudio Recchia che ha garantito con efficienza lo svolgimento delle varie prove.

Una gara che oltre a confermare il valore insostituibile della professione del maître nei ristoranti che vogliono essere competitivi e capaci di dare senso al binomio sala/cucina invocato da molti dopo l'eccesso di centralità dei cuochi negli ultimi anni, sottolinea come il turismo non possa che poggiare su servizi di qualità. Formazione e aggiornamento sono in questa logica gli obiettivi da sempre di Amira che sa bene come solo su queste basi sarà possibile superare i problemi della mancanza di personale in alberghi e ristoranti.

Tornando ai vincitori ricordiamo che il vincitore Pietro Benzi ha preparato con classe e sicurezza un Lingotto di tartare alla Fassona piemontese, in salsa all'aglio nero di Caraglio aromatizzato al Vermouth bianco abbinato ad un Verduno Pelaverga della cantina Burlotto. Il secondo classificato, Lorenzo Breda, ha invece presentato un Filetto alla Rossini e il terzo, Giulio Bonora, un Filetto di bue rosso del Montiferru ai sapori dell'isola. cod 99936



PECCATO DI GOLA





La nostra è un'autentica arte italiana. Da più di quarant'anni salvaguardiamo l'eccellenza. A pochi chilometri dal luogo più iconico del mondo, Venezia, alleviamo storioni di qualità superiore nel loro habitat ideale. Il nostro prestigioso Caviale si trova esclusivamente nei migliori ristoranti del mondo, nelle gastronomie gourmet e nel nostro e-commerce.

CAVIARGIAVERI.COM T.+390422686038



Daniele Celli


A Gift from the Field

Hotel Principe di Savoia

Daniele Celli alla guida del Principe Bar

Daniele Celli, insieme al Beverage consultant **Marco Russo**, ha l'obiettivo di riposizionare il Principe Bar attraverso un nuovo concept, più contemporaneo e glamour, rendendolo il luogo di riferimento a Milano per un aperitivo e un drink di qualità dopo il lavoro, sia per gli ospiti internazionali che per i locali.

Celli e Russo hanno sviluppato un nuovo menu di cocktail pensato per valorizzare gli ingredienti, in base alla stagione e all'alta qualità; il menu comprende sei classici rivisitati in chiave creativa, ispirati ai vecchi classici risalenti al 1800 e sei cocktail d'autore, un'anteprima del concept di mixology e sperimentazione cari a Daniele. L'obiettivo dei nuovi cocktail è quello di ispirare gli ospiti a provare qualcosa di diverso dall'ordinario, che vada al di là del concetto tradizionale di aperitivo milanese, mantenendo un equilibrio tra innovazione e classicità. Tra i cocktail d'autore del nuovo menu figurano "El Milanes", un cocktail a base di zafferano che

sottolinea il rapporto con la città e la tradizione milanese; "A Gift from the Field" a base di gin, bitter al carciofo, rabarbaro e vermouth; e lo stagionale "Fall in Fall" a base di whisky, amari, burro, sale di Maldon con tartufo e sciroppo di funghi porcini.

Oltre alla carta dei cocktail, Celli e Russo stanno anche ridisegnando l'atmosfera del Principe Bar in termini di lounge bar con intrattenimento dal vivo, una nuova scelta di musica, eventi a tema, collaborazioni con Dj e l'iconico pianoforte a coda al centro del bar che animerà le serate mondane. «Siamo lieti di avere Daniele Celli alla guida del Principe Bar e di contribuire con la sua passione, innovazione e creatività a portare il nostro bar classico in una nuova era contemporanea e vibrante», ha dichiarato **Ezio Indiani**, General Manager dell'Hotel Principe di Savoia.



Daniele Celli, nato nel 1990 e originario dell'Abruzzo, è un giovane di talento con un background internazionale dal Nord America, all'Asia fino all'Australia. Ha iniziato la sua carriera nella mixology nel 2015, trasformando la sua passione in una carriera dopo un incidente che lo ha bloccato per parecchi mesi ma che gli ha permesso di scoprire il suo grande amore per il mondo degli american bar. Ha frequentato diversi corsi di bar tender in tutta Italia, tra cui la scuola Jerry Thomas di Roma, uno degli istituti più prestigiosi a livello internazionale.

Durante la sua formazione ha partecipato a diversi eventi del mondo dei cocktail e della mixology ed in questa occasione ha incontrato Marco Russo, che è diventato un mentore per lui e ha contribuito a plasmare la sua carriera. Marco Russo è sempre stato all'avanguardia nella mixology, gestendo e lanciando alcuni dei bar più rinomati di Milano, tra cui il Fashion Cafè di Brera, il MagCafé, lo speakeasy 1930 e il Backdoor43. Daniele Celli, dopo aver lavorato con Marco Russo prima al MagCafé e successivamente al 1930, e aver stabilito la propria identità di bartender e mixologist, è stato chiamato a far parte del Principe Bar.


Fall in Fall

La rivitalizzazione del Principe Bar, con gli interni progettati da Thierry Despont, fa parte della recente strategia dell'Hotel Principe di Savoia e della Dorchester Collection di rendere l'albergo un luogo di servizio completo per godere di esperienze uniche di intrattenimento, ristorazione e benessere portate a un livello di esclusività e raffinatezza mai sperimentato prima. cod 100462

Principe Bar
Hotel Principe di Savoia
02 62301
www.dorchestercollection.com

Valerio Ziruddu

Dall'attività di famiglia all'ingresso in Abi Professional



Siamo in Sardegna esattamente in Gallura, a Porto Pozzo in un bar che non esiteremo a definire il bar che non c'era. Il locale moto semplice ma funzionale con una bottigliera che ha almeno 300 referenze di gin e distillati di pregio. Tutto questo perché al timone di questo bar abbiamo un capitano di vascello appassionato al bere bene che fa di nome **Valerio Ziruddu**.

Nato 38 anni fa a Tempio Pausania (Ss), Valerio ha dimostrato fin da giovane interesse e passione per l'attività dei genitori, che avevano un ristorante e poi un bar a Porto Pozzo. Appena poteva, durante le vacanze e appena rientrava dalla scuola, si metteva dietro il banco per aiutare i genitori. Il nome di Valerio, per il popolo nottambulo della Gallura è strettamente legato al "Gian Paolo's Bar". Uno dei suoi contributi significativi al successo del lavoro serale e notturno di questo bar è dovuto alla grande passione che Valerio ha per il bere di qualità e i liquori e distillati di valore. Passione che lo ha portato a scoprire e a proporre ai clienti una serie di prodotti di eccellenza che oggi ci mostra con orgoglio sulla sua bottigliera.

La scelta delle etichette che lui propone non sono frutto della moda del momento ma di uno studio e analisi seria del prodotto e della possibile combinazione con altri, quindi dell'utilizzo nella miscelazione cosi come nella bevuta singola.

Il Gian Paolo's bar di giorno vede turisti e avventori che apprezzano le proposte di caffetteria, la sera diventa un vero e proprio ritrovo per appassionati dei cocktail e dei liquori e distillati più raffinati.

Chiediamo a Valerio, lui che da poco si è iscritto all'Abi Professional, cosa ne pensa delle associazioni.

Grazie alla conoscenza di altri professionisti, nel mio caso Irene Deiara (coordinatrice di ABI Professional per la Sardegna) e Ernesto Molteni (ex Presidente e attualmente Segretario ABI Professional), ti si aprono nuovi orizzonti e si scoprono prodotti nuovi.

Quindi ti senti di consigliare a chi vuole avvicinarsi alla professione di far parte di qualche associazione professionale?

Si perché dal semplice bar ad un bar con proposte più evolute, bisogna sviluppare conoscenze che sono frutto della condivisione di esperienze diverse, ma soprattutto fatte da professionisti diversi. Oggi i giovani appena iniziano a lavorare vogliono fare cocktail, gareggiare e magari vincere concorsi pensando che quello sia l'essenza del lavoro. In realtà dietro un successo ci sono fatica, studio e impegno. E alla base di tutto deve esserci la curiosità e la voglia di fare. Per arrivare a questo è fondamentale guardare agli esempi che altri professionisti possono dare.

Un tuo sogno nel cassetto?

Continuare a curiosare per migliorarmi su tutto e poi magari un Pub o un American Bar aperto la sera e la notte perché sono veramente affascinato dal mondo notturno e dalla grande varietà di richieste dei clienti.

Valerio ha partecipato da poco al Nuraghe Cocktail Competition e lì ha potuto mostrare la sua arte nella preparazione dei cocktail al punto di arrivare, alla sua prima gara, ai piedi del podio. cod 100686

Orange County

- 30 ml du Ron Botran 15 anni
- 30 ml di Montenegro
- 35 ml di spremuta d'arancia
- 10 ml di spremuta di lime fresco
- Drop di bitter al cioccolato

Shakerato e servito in una coppa cocktail con una spirale di arancia come decorazione una spolverata di cioccolato amaro. È un drink rinfrescante e vigoroso per la sua gradazione alcolica che può essere servito a tutte le ore.

BEER & FOOD ATTRACTION

18 – 20 FEBBRAIO 2024

FIERA DI RIMINI



beerandfoodattraction.it

ORGANIZZATO DA

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

IN COLLABORAZIONE CON

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
ITA ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane
madeinitaly.gov.it

CON IL PATROCINIO DI

AssoBirra
Associazione dei Birrai e dei Maltatori

Federazione Italiana Distributori Horeca
italgrob
ASSOCIATA CONFINDUSTRIA

UB UNION BIRRAI
PICCOLI BIRRIFICI INDIPENDENTI

IN CONTEMPORANEA CON

International HoReCa meeting
Congress • B2B • Parade

BB TECH EXPO

Capitale italiana della Cultura Candidata 2026
rimini





Dolomiti Horeca 2023

Chiude ancora in crescita con oltre 5mila operatori

Con 195 imprese dirette, 236 marchi rappresentati, 9 Stati esteri e 11 regioni italiane, si è chiusa Dolomiti Horeca 2023, la fiera della galassia hotellerie-restaurant-cafè. Nelle tre giornate di esposizione, Longarone Fiere Dolomiti ha registrato oltre 5mila visitatori, il 30% in più rispetto allo scorso anno.

«Sono numeri importanti, dato che Horeca era aperta solamente agli addetti ai lavori e al settore dell'accoglienza. Numeri che alla terza edizione di questa fiera certificano una crescita costante per un appuntamento che gli stessi espositori ci chiedono di proseguire e rafforzare» afferma **Michele Dal Farra**, presidente della Fiera. «Al di là dei numeri, però, quello che caratterizza Horeca - e questa fiera in particolare all'interno di Longarone Fiere Dolomiti - è l'agorà offerta alle imprese in cui poter mettere sotto la lente temi, prodotti e servizi specifici per l'industria del turismo, con sguardo montano». È quello che ha toccato con mano anche il presidente del consiglio regionale del Veneto, **Roberto Ciambetti**, che ha visitato la fiera Horeca nei giorni scorsi: «Horeca ha dimostrato una volta di più l'importanza logistica di una fiera collocata a metà strada tra Cortina e Venezia, in un territorio che sul turismo ha investito e può ancora crescere, soprattutto in vista delle Olimpiadi».

Gli appuntamenti passati e prossimi: **Arredamont**, la fiera dell'arredare in montagna (dal 28 ottobre al 5 novembre), e **Mig**, la grande mostra internazionale del gelato artigianale, che chiuderà il 2023 fieristico (dal 26 al 29 novembre). Prima però c'è l'appuntamento con **Dolomiti Show** e **Buy Veneto speciale montagna**, continuazione ideale di Horeca. Il 6 ottobre a Villa Gaggia si sono incontrati buyer stranieri e rappresentanti di strutture ricettive, operatori e consorzi turistici, agenzie di viaggio specializzate in incoming e agenzie immobiliari del territorio bellunese per proporre ai mercati esteri la propria offerta turistica. Il Buy Veneto speciale montagna è un'iniziativa fortemente voluta dalla Regione Veneto e dalla Provincia di Belluno ed è organizzata da Dolomiti Show in collaborazione con Longarone Fiere Dolomiti, con l'obiettivo di incrementare il numero degli arrivi e delle presenze dei turisti nel Bellunese.

cod 99980

Per informazioni: **www.longaronefiere.it**





GLI **ANELLI**
PIÙ **PREZIOSI**
DI CALABRIA.



CIPOLLA ROSSA DI TROPEA CALABRIA IGP





www.consorziocipollatropeaigp.com

PSR Calabria 2014/2020 Misura 3
Regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari
Art. 16, Reg. UE 1305/2013 - Intervento 3.2.1.
Aiuti ad attività di informazione e promozione
implementate da gruppi di produttori sui mercati interni





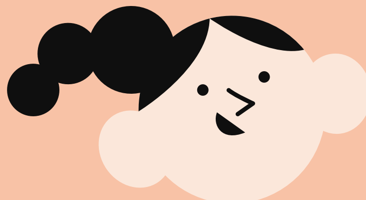




Un'indagine dell'Associazione Italiana Celiachia prende in esame 400 locali aderenti al network AFC (Alimentazione Fuori Casa senza glutine) e 2400 locali non aderenti e ne evidenzia le cinque principali differenze

AiC Associazione Italiana Celiachia

5 GAP fra locali aderenti al network AFC





...e locali non AFC

Ristorazione e Celiachia
5 vantaggi di aderire al network AFC

L'Associazione Italiana Celiachia (AIC) ha recentemente commissionato un'indagine per valutare l'approccio di ristoranti, pizzerie e alberghi al servizio senza glutine. Lo studio ha coinvolto 400 locali aderenti al programma **Alimentazione Fuori Casa senza glutine (AFC)** e 2400 locali non aderenti, rilevando notevoli differenze tra i locali AFC e quelli non AFC.

1. Gap di fiducia
Quando devono scegliere un locale, i celiaci dimostrano una netta preferenza per i locali del circuito AFC. Questo è un dato che emerge da più di un'indagine, e che si rivela fondata dato che, per esempio, solo il 22% dei locali non AFC ha partecipato a corsi di formazione specifici su celiachia o intolleranze alimentari. Viceversa, l'adesione al circuito AFC è subordinata all'aver frequentato un corso di alta formazione sulla celiachia.

2. Gap formativo
La formazione nei locali AFC è più recente e di alta qualità rispetto ai non AFC. Per esempio mentre il 90% dei locali aderenti al programma AFC dichiara di aver seguito un corso di recente (non meno di 2 anni fa), per i non AFC l'ultimo corso fatto risale in media a 3/4 anni fa.

3. Gap false credenze
Alcuni locali non AFC hanno credenze erronee riguardo ai requisiti necessari per offrire un servizio senza glutine, come per esempio la necessità di avere una cucina dedicata, una fake news che va sfatata. Grazie ai tutor AIC, è possibile organizzare la filiera senza glutine all'interno della propria struttura, con pochi accorgimenti strutturali e procedurali.

4. Gap agilità nel servizio
Alcuni locali non aderenti AFC seguono procedure meno efficaci nella preparazione e nel servizio dei piatti senza glutine, mentre i locali AFC sono più preparati e facilitati dalla consulenza dei tutor AFC.

5. Gap nel ritorno dell'investimento
Offrire un servizio senza glutine può portare a un ritorno economico significativo. Tuttavia, aderire al programma AFC offre ulteriori vantaggi in termini di ritorno economico (una clientela più frequente e più nutrita) ma anche di comunicazione (canali profilati) e di reputazione.

In sintesi, il divario tra chi offre un servizio di alta qualità e chi lo fa in modo superficiale o seguendo un trend rimane evidente. L'adesione al programma Alimentazione Fuori Casa senza glutine dell'AIC si è dimostrata uno dei modi più efficaci per colmare tale divario.

cod 100604

Per informazioni: **www.celiachia.it**



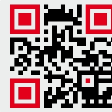
La scelta migliore per le novità dell' Horeca

Abbonati alla rivista

www.italiaatavola-servizi.net

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE



Edizioni Contatto srl unipersonale
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · 351 8391052 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteoscibilia2013@virgilio.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · pieragenta@libero.it
Alessandro Creta (*redattore*) · alessandro.creta@italiaatavola.net
Jenny Maggioni (*redattore*) · jenny.maggioni@italiaatavola.net
Nicholas Reitano (*redattore*) · nicholas.reitano@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria di redazione*) · redazione@italiaatavola.net
Brian Vavassori (*segreteria di redazione*) · brian.vavassori@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*Seo & Web manager*) · alessandro.venturini@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, Massimo Artorige Giubilesi, Sergio Mei, Matteo Scibilia

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · 351 8391052 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Ivana Frosio · ivana.frosio@italiaatavola.net · **Livia Gerosa** · livia.gerosa@italiaatavola.net
Enrica Castelli · enrica.castelli@italiaatavola.net
Daniele Cipollina (*agente per Calabria e Sicilia*) · d.cipollina@advmaiora.it

Corrispondenti di zona (*per contatti telefonici consultare il sito*)

Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta	**Piera Genta** · pieragenta@libero.it
Lombardia orientale	**Renato Andreolassi** · renato.andreolassi@alice.it
Pavia - Piacenza	**Stefano Calvi** · s.calvi@ilquattro.it
Veneto	**Giulia Marruccelli** · gmarruccelli@gmail.com
Trentino - Alto Adige	**Giuseppe Casagrande** · gcasagrande47@gmail.com
Belluno - Bolzano - Trento	**Lina Pison** · linapison@gmail.com
Friuli Venezia Giulia	**Liliana Savioli** · lilli_sa@hotmail.com
	Marina Tagliaferri · marina.tagliaferri@studio-agora.it
Emilia Romagna	**Giuseppe De Biasi** · dbpino60@gmail.com
Toscana e Umbria	**Alessandro Maurilli** · a.maurilli@almapress.net
	Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it
Lazio	**Mariella Morosi** · mariellamorosi@hotmail.com
Marche e Abruzzo	**Benedetta Gandini** · b.gandini22@gmail.com
	Carla Latini · carla@carlalatini.com
Campania e Molise	**Vincenzo D'Antonio** · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net
Puglia	**Sandro Romano** · sralessandroromano@gmail.com
Calabria	**Tommaso Caporale** · dodicialitro@gmail.com
Sicilia	**Gianni Paternò** · giopate@libero.it
	Piero Rotolo · pierotolo@tin.it
	Antonio Iacona · direttore@charmatmagazine.it
Sardegna	**Roby Rossi** · roberto-rossi@hotmail.it
Svizzera (Canton Ticino)	**Rocco Lettieri** · simpatico.melograno@tin.it

Novembre 2023 · anno XXXVII · n. 313 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale e cultura enogastronomica per l'Horeca. Si occupa di food service, alberghi, ristoranti, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, travel, wellness e salute, con attenzione particolare ai professionisti, agli enti, alle aziende e alle associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Valerio Beltrami, Giuseppe Casagrande, Giuseppe Cristini, Aldo Cursano, Matteo Cutolo, Bartolomeo D'Amico, Enrico Derflingher, Francesca Fornaciari, Domenicantonio Galatà, Massimo Artorige Giubilesi, Francesco Guidugli, Ezio Indiani, Martino Lorenzini, Giambattista Marchetto, Angelo Musolino, Gabriele Pasca, Gianluca Pirovano, Paolo Porfidio, Rocco Pozzuolo, Enrico Rota, Francesca Tagliabue, Eros Teboni

Foto Shutterstock® 2023 - Italia a Tavola

© Tutti i diritti sono riservati. La riproduzione totale o parziale, di qualsiasi parte della rivista, è assolutamente vietata senza il permesso scritto dell'Editore.

- **Quotidiano online** www.italiaatavola.net
- **Mensile cartaceo**
- **Mensile digitale**
- **Le Newsletter settimanali** via mail
- **Le newsletter quotidiane** su WhatsApp e Telegram
- **La Web TV**
- **Social network** con oltre 260.000 utenti
- **La APP Italia a Tavola**
- **Gli aggregatori di notizie**

SEGUICI SU:









ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

PARTNER DI:



Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548. Chiuso il 10 novembre 2023



Informativa ex D. Lgs. 196/03: L'amministratore unico è il responsabile del trattamento dei dati che potranno essere trattati da incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati a società collegate per le medesime finalità della raccolta e a società esterne per la spedizione della rivista e per l'invio di materiale promozionale. Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati ad uso redazionale è il direttore responsabile a cui, presso la segreteria di direzione, via fax 02 700557702, ci si può rivolgere per i diritti previsti dal D. Lgs. 196/03.

La percentuale della pubblicità non supera il 45%



FOODY

MERCATO AGROALIMENTARE MILANO

ORTOFRUTTICOLO | ITTICO | FIORI | CARNI

Il primo **City Hub Agroalimentare** in Italia.
Qualità e sicurezza alimentare
a 10 minuti dal centro città.

COMPRA AL MERCATO

100.000 mq di superficie di vendita, **150 grossisti**, **75 produttori** agricoli, **11.000 referenze** di prodotti **1,5 milioni** di transazioni annue, **1 Mld di €/anno** di merci scambiate, **5000 persone** al giorno, **10.000 clienti tesserati**.

APERTURA PER OPERATORI PROFESSIONALI

Da lunedì a sabato

APERTURA PER IL PUBBLICO

Sabato dalle 9,00 alle 12,30

Mercati Fiori e Carni
Da lunedì a venerdì dalle 10,00 alle 12,30



sogemispa.it/mercati



Per maggiori informazioni consultare il sito: www.foodymilano.it
oppure scrivere a: servizioclienti@foodymilano.it - **Via Cesare Lombroso, 54 - Milano**

NUOVA QUALITÀ

L'ALLEATA VINCENTE DI OGNI CUCINA

Barilla Selezione Oro Chef: elevata resistenza in cottura, grazie alla combinazione di una migliorata miscela di semole di grani duri e numerosi formati di pasta, ora più spessi. Per offrire una pasta ancora più corposa. Studiata per tutti gli usi professionali ed ottimizzata per la doppia cottura.



Scopri di più su:
www.barillaforprofessionals.it
Numero Verde 800 388 288





FOR
PROFESSIONALS
SELEZIONE ORO CHEF